

WWW



دانشگاه پیام نور

مرکز مشهد

نقش رسانه ها ملی در پیشگیری از مواد مخدر

استاد راهنما.

تهیه و تنظیم : .

www.kandoo.cn.com

www.kandoo.cn.com

www.kandooch.com

تیر ماه ۱۳۸۹

www.kandooch.com

رویکردی نو به پیشگیری از اعتیاد

مبارزه ملی رسانه ای ضد مواد مخدر

کمک به جوانان برای جستجو در عصر رسانه ها

www.kandooch.com

www.kandooch.com

www.kandooch.com

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
۱۲	مقدمه
۱۹	آموزش رسانه ای و مبارزه رسانه ای
۲۶	اهداف ارتباطی با جوانان
۲۸	چرا آموزش رسانه ای؟
۳۱	آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد به مواد
۳۳	فواید رویکرد آموزش رسانه ای
۳۵	فرصتها و چالشها
۳۶	بهترین روش ها
۳۷	نمونه های حاضر رسانه های معاصر
۴۱	موانع
۴۴	به تصور کشیدن احتمالات
۴۶	رویکرد فرضی شماره ۱ (برای والدین)
۶۰	رویکرد فرضی شماره ۲ (مبتنی بر ایمان)
۶۹	رویکرد فرضی شماره ۳ (ارزیابی اینترنت)
۷۹	راه پیشرو

۸۰	حمایت از دست اندرکاران
۸۲	آموزش تصمیم گیرندگان
۸۶	سرمایه گذاری روی تحقیقات
۸۸	پرسش های تحقیق
۸۸	جامعه آماری و حجم نمونه
۸۹	روش تحقیق
۸۹	پیشینه تحقیق
۹۴	اهداف پژوهش
۹۵	روش تحقیق
۱۰۰	مراحل اجرا
۱۱۰	بحث و نتیجه
۱۱۳	محدودیت و پیشنهادات
۱۱۴	منابع

پیشگفتار

اکنون زمان آن رسیده که به مشکل اعتیاد به طورجدی تر نظرافکنیم و به عنوان پدر، مادر یا سرپرست فرزندان خود، نقش خود را فعالانه ایفا کنیم. دیگر مجال درنگی نیست. امروز نوبت آن رسیده تا در آموزش و پرورش عزیزان خود مجدانه تلاش کنیم، فرزندانمان را جدی بگیریم و آنان را از خطرات در کمین نشسته، مصون داریم. امروز آموزش و افزایش سطح آگاهی فرزندان یک مساله ملی و بسیار پراهمیت است. عدم دسترسی به دانش و اطلاعات کافی درباره مواد مخدر سبب گردیده تا نسل جوان در معرض خطر جدی قرار گیرد.

سهل انگاری والدین در انتقال اطلاعات صحیح و آموزش مهارت های زندگی به فرزندان، مشکلات عدیده ای را در زندگی اجتماعی آنان به وجود آورده است. این درحالی است که بسیاری از والدین به درستی نمی دانند چگونه باید آموز شهای لازم را به کودک خود بدهند. واقعیت این است که مسوولیت فرزندپروری بس سنگین است و برای فرزنددار شدن باید شرایطی نظیر آمادگی جسمانی، روانی، معنوی، اقتصادی اجتماعی و دانش لازم و امکانات مناسب داشت.

همه ما قویا به این اصل معتقدیم که پیشگیری بهتر از درمان است. به کارگیری راهکارهای پیشگیرانه بدون کمک و همکاری فعالانه والدین و خانواده غیر ممکن است. برای برخورد با مشکل موادمخدر در جامعه باید دست در دست هم در قالب یک طرح

ملی حرکت کرد و کودکان که سرمایه های ارزشمند جامعه هستند را از گزند آسیب های اجتماعی - روانی حفظ کرد. طرح ملی پیشگیری از اعتیاد باید در مدارس، خانواده ها، جمعیتها، سازمانها و همه نهادها پیگیری و اجرا شود. پیشگیری از طریق ارایه اطلاعات مناسب، تامین فضای امن و سالم و برقراری ارتباط توأم با صحبت در محیط خانواده امکان پذیر است. اما وظیفه ما چیست؟

در این « پیشگفتار راهنما » سعی شده اطلاعات مختصر و مفیدی راجع به مواد مخدر و اقدامات مناسب از طرف رسانه ها و والدین مطرح گردد. اساس کار در این موضوع بر اساس « پیشگیری » و « اقدام به موقع » است. پیشگیری از طریق آموزش و تلاش برای انجام فعالیت مناسب در کمک به فرزندان که در معرض خطر ابتلا هستند و حمایت از آنانی که دچار این مشکل شده اند، امکان پذیر است. به کارگیری شیوه پیشگیرانه مطرح شده نه تنها سبب جلوگیری از مصرف و سوء مصرف مواد، بلکه سبب جلوگیری از آسیب های اجتماعی - روانی فراوانی مانند بسیاری از اختلالات روانی و رفتاری، فساد، طلاق، پر خاشگری، خیانت و خشونت می گردد. دیگر زمان کنعان واقعیتها به پایان رسیده، باید اقدام کرد و برای جلوگیری از عفونی تر شدن این زخم تلاش کرد.

اگر فرزند یا یکی از اعضای خانواده ما دارای مشکل مصرف یا سوء مصرف مواد مخدر است و مشکل را انکار می کنیم، اگر مصرف مشروبات الکلی را در فرزندان خود نادیده می گیریم، اگر بر واقعیت ها سرپوش می گذاریم و اگر تقصیر را برگردن مشکلات اجتماعی، زندگی مشقت بار و ... می اندازیم، کاری نکرده ایم جز تسلیم و فرار، زیرا حفظ

سلامتی و تندرستی خود و خانواده مقدم بر هر چیز دیگر است و برای رسیدن به آن نباید از هیچ کوششی دریغ کرد.

در روز اول ماه ژوئن سال ۲۰۰۱ (۱۱ خرداد سال ۱۳۸۱) برنامه مبارزه ملی رسانه

ای علیه مواد مخدر برای جوانان، (دفترسیاست ملی کنترل مواد مخدر کاخ سفید) ، میزبان ۱۵ کارشناس در زمینه های آموزش رسانه ای، پیشگیری از اعتیاد به مواد و رشد نوجوانان طی اجلاس مسوولان آموزش رسانه ای در واشنگتن بود. هدف این اجلاس کنکاش در مورد موضوع آموزش رسانه ای مختص موادمخدر (غیر قانونی) و شناسایی چالش ها و فرصت هایی برای پیشبرد این رویکرد بود . از زمان شروع در سال ۱۹۹۸ ،

مبارزه ملی رسانه ای ضد مواد مخدر برای جوانان ، کمک فراوانی به آموزش و توانا کردن جوانان آمریکایی بر ای امتناع از مصرف مواد مخدر (غیر قانونی) و نیز الکل و دخانیات کرده است . این برنامه شامل خرید مبالغ هنگفتی از رسانه های تبلیغاتی، ایجاد انواع ابزارهای مبتنی بر رسانه برای آموزش دهندگان و گروه های اجتماعی و دسترسی به پدیدآوردگان رسانه هایی که بیش از همه توسط نوجوانان آمریکایی مورد استفاده قرار می گیرند ،بود. از آنجا که راهبرد کلی این مبارزه به رسمیت شناختن قدرت و نفوذ رسانه ها بر جوان آمریکایی است، برای فرد شروع کننده مهم و مناسب است که به جوانان کمک کند ، مهارتهای اصلی فکر کردن از طریق سرمایه گذاری بیشتر در امر آموزش رسانه ای را به دست آورند.

عصر ما را می توان عصر پژوهش های علمی پیشرفته و گسترش دانش و تکنولوژی نوین و توانایی استثنایی بشر معاصر در حل معضلات و مسائل مبتلا به جامعه نامید . بدون تردید هر چه مسائل جامعه پیچیده تر باشد ، لزوم انجام تحقیقات بارزتر خواهد شد و هرچه دامنه تحقیقات گسترده تر شود لزوم سرمایه گذاری و تربیت نیروهای محقق و همچنین ایجاد تشکیلات منسجم و پویا به منظور برنامه ریزی ، طراحی و جهت دادن به فعالیت های پژوهشی کشور حیاتی تر می نماید .

چند سالی است تحقیق که کوششی در جهت کشف حقایق علمی و استفاده کاربردی از نتایج آن است در سطح سازمان زندان ها جایگاه ویژه ای یافته و دامنه فعالیت های آن به طور روزافزون گسترش می یابد . در همین راستا مرکز آموزشی و پژوهشی با استفاده از کارشناسان مجرب و اساتید خبره توانسته است در جهت تحقیق اهداف سازمان زندان ها با سازمان های مختلف داخلی و بین المللی از جمله ستاد مبارزه با مواد مخدر ، سازمان بهزیستی UNODC ، دانشگاه ها و ... همکاری تحقیقاتی گسترده ای داشته و به سفارش برخی از همین سازمان ها تحقیقات میدانی گسترده ای در سطح کشور به مرحله اجرا درآورد ، که به حمد ا ... تمامی این تحقیقات از جهت علمی و اجرایی مورد قبول صاحب نظران واقع گردیده و نتایج آن در بهبود روش ها و ارتقاء دانش کاربرد داشته است .

بدین وسیله برخورد لازم می دانم از زحمات بی شائبه کلیه محققان و دانشگاهیان در

مراکز تحقیقاتی که به انحاء مختلف ما را در اجرای این پژوهش یاری کردند تقدیر و

تشکر عرض کنیم.

www.kandoo.cn.com

www.kandoo.cn.com

www.kandoo.cn.com

www.kandoo.cn.com

مقدمه

« از هستی خویشتن رها باید شد

از دیو خودی خود جدا باید شد

آن کس که به شیطان درون سرگرم است

کی راهی راه انبیاء خواهد شد» ۱

در عین حال که تعدادی برنامه آموزش رسانه ای با هدف پیشگیری از مصرف

الکل و دخانیات وجود دارد، تعداد بسیار اندکی از آنها به صراحت به موادمخدر می

پردازند. اجلاس، تلاشی توسط برنامه مبارزه رسانه ای برای زمینه سازی رشد آتی

پیشگیری از اعتیاد به مواد با گرد هم آوردن گروهی از کارشناسان جهت تولید بهترین

محصول فکری در رابطه با برخی مسایل کلیدی بود. وظایف به کار گرفته شده زیر به

کارشناسان محول شد:

۱) مرور بهترین روش ها و دانش مربوطه در زمینه آموزش رسانه ای

۲) شناسایی فرصت های آموزشی منحصر به فرد و چالشهای فرا روی ایجاد برنامه های

آموزش رسانه ای در مورد مواد مخدر (غیر قانونی)

۳) پیش بینی نیازهای آینده در این زمینه مانند حمایت برای گسترش مهارت های دست اندر کاران ، ارتباط برقرار کردن با حامیان اصلی و پیش برد تحقیقات نظری و کاربردی.

این گزارش منعکس کننده مباحث میان شرکت کنندگان در اجلاس آموزش رسانه ای در تاریخ ۱ ژوئن است . سازمان دهندگان اجلاس به آماده سازی این گزارش ، کمک شایان توجهی کردند.

اعتیاد به موادمخدر افیونی ، معضلی فردی و اجتماعی است که در دهه های اخیر معضلات و مشکلات بیشتری را در سطح منطقه ای و جهانی موجب شده است . قاچاق این مواد، سود سرشاری را عاید قاچاقچیان می کند که هیچ گاه گرفتار قانون نمی شوند و اغلب خرده فروشانی را که خود نیز اسیر اعتیاد هستند، قربانی می سازد. مجازات های گوناگون و تشدید آنها تاثیر چندانی بر کاهش اعتیاد و قاچاق مواد افیونی نداشته است . روش های تبلیغی نیز توفیق چندانی در راه مبارزه با موادمخدر نداشته اند . مجازات اعدام و اجرای آن در مورد قاچاقچیان ایرانی و خارجی نیز توفیقی در کاهش قاچاق و اعتیاد نداشته است . مطالعات مختلف از جنبه های گوناگون به بررسی معضل اعتیاد و قاچاق پرداخته اند . از نکات و جنبه های قابل توجه در هر مساله اجتماعی، افکار عمومی است . قاچاق و اعتیاد به موادمخدر نیز از این قاعده مستثنی نیست . اینکه افکار عمومی، معتاد، قاچاقچی و مجازات های مربوط به هر یک را چگونه می بیند و چگونه ارزیابی می کند . از این دریچه می توان پی برد که وجدان جمعی، معتاد و قاچاقچی را چگونه مجازات می کند.

۱- دیوان امام (ره) موسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام (ره) ، چاپ بیست و نهم ، صفحه ۲۰۸

از سوی دیگر، تصور عمومی در مورد شخصیت معتاد و قاچاقچی مشخص می کند که اصولاً افکار عمومی شکل صحیحی از این افراد در ذهن دارد یا خیر و از سوی دیگر نکاتی که در افکار عمومی وجود دارد و احتمالاً از چشم مسوولان مخفی مانده است را آشکار می سازد.

چهارچوب نظری

از آنجا که هر سه تحقیق در حوزه نظرسنجی است، لذا چهارچوب نظری در مورد نظرسنجی انتخاب شده است.

نگرش (Attitude) ، در معنای جامعه شناختی، موضع گیری نسبت به چیزی است که بازتاب اجتماعی دارد. این چیز ممکن است یک شخص، یک منع اجتماعی (در اینجا معتادان و قاچاقچیان مواد مخدر) یا صورت آشکار یا پنهان یک الگوی رفتاری باشد (در اینجا قانون ستیزی و قانون گریزی).

معنای مهمی که مفهوم "نگرش" در جامعه شناسی دارد، عموماً بانقش های اجتماعی مرتبط است:

الف . نگرش چونان نقشی است که آگاهانه و ارادی در پاسخ به وضعیت شغلی یا وضعیت اجتماعی شکل می گیرد.

ب . نگرش چونان نقش مشخصی است که به طور ارتجالی و غیرارادی در یک وضعیت متقابل ایفا می شود و در این معنی، نگرش به عنوان عنصری پایدار از شخصیت ملاحظه می شود.

ج . نگرش، چونان آمادگی قبلی برای قبول یا رد فلان موضع گیری عقیدتی، داوری، پیش داوری، باورهای قالبی یا رفتار است که می توان وسعت دامنه و شدت آن را با مقیاس نگرش Attitudes Scale سنجید. در این معنی، نگرش به مجموع ابراز عقیده و واکنش ارتجالی و نااندیشیده در برابر وضعیت نوین اطلاق می گردد. نگرش شهروندان در این تحقیقات متغیر وابسته است. همچنین نظریه های پخش و ترویج این نظرسنجی ها به کار می آمد که از آن استفاده شد.

نظریه های پخش و ترویج (diffusion)

فرایندی که طی آن اطلاعاتی درست یا غلط (مثل شایعه زلزله در تهران)، عقید های (معتاد بیمار است نه مجرم)، نگرشی (اعتیاد جرم است نه بیماری) یا رفتاری (اعتیاد یا ترک اعتیاد) در بین افراد جمعیتی معین فراگیر می شود را « پخش » می نامیم. در حالات ابتدایی ، فرایندهای پخش می توانند ساختاری کم و بیش مشابه فرایندهای زیستی (واگیری و همه گیری یک بیماری) داشته باشند. خبر یا شایعه ای که دهن به دهن در بین جمعیتی پرشمار و همگن نقل می شود از پاره ای جهات شبیه شیوع یک بیماری واگیردار در محیط های بسته و پر جمعیت (مدرسه، زندان و اردوگاه) عمل می

کند. اما قیاس را باید در همین جا متوقف کرد. زیرا اولاً، محیط های اجتماعی به ندرت همگن هستند، ثانياً کنشگران اجتماعی به ندرت به صورت انفعالی (تقلیدی) تصمیم می گیرند. قوانین تقلید گابریل تارد، پدیده های پخش را بر مبنای فرضیه « تقلید » و پدیده های پخش نشدگی را بر مبنای فرضیه مکمل رسم و سنت (مقاومت در برابر تغییر) تبیین می کند. جامعه شناسی جدید مدلی به مراتب پیچیده تر را جایگزین این مدل ساده و مکانیکی کرده است.

پخش شدن یا پخش نشدن یک پیام، یک شایعه، یک عقیده یا یک رفتار، در جامعه شناسی جدید به عنوان اثر جمعی مجموعه ای از کنش های فردی ملاحظه می شود. با این وصف، این کنش های فردی به میدان کنش افراد بستگی دارند، میدان های کنش افراد نیز تاحدودی با داده های ساختاری تعیین یافته اند. بنابراین، تبیین هر پدیده پخش یا مقاومت در برابر پخش ایجاب می کند که این میدان های کنش فردی شناخته شوند. تنها در حالات ساده و ابتدایی است که پدیده های پخش یا مقاومت در برابر پخش را می توان با اثرات تقلید و واگیری تبیین کرد. فرض کنیم پیامی به صورت تکراری از طریق رادیو، تلویزیون یا مطبوعات پخش شده باشد. این پیام به دلیل ناهمگن بودن محیط اجتماعی و ناهمگن بودن میدان های کنش فردی، شانس اندکی دارد که دهن به دهن نقل گردد. در واقع فرد به ندرت یک پیام یا یک نوآوری را منفعلانه می پذیرد. مطالعات متعدد نشان می دهد که فرایند قبول یا رد یک «پیام» پس از مرحله اکتشافی صورت می گیرد که طی آن فرد یا برخی از شبکه های اطلاعاتی (اطرافیان نزدیک، ریش

سفیدان و...) به رایزنی می پردازند» .اطرافیان نزدیک « در جامع ههای صنعتی (لازارسلفد و کاتز) و « شبکه های محلی « در جامعه های سنتی (لین و بارت) به فرد امکان می دهند که با صرف کمترین هزینه ، میزان شک و تردید و نیز خطرات احتمالی پذیرش یک نوآوری را کاهش دهد.

آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد به مواد

آموزش رسانه ای به کودکان و نوجوانان کمک می کند مهارت هایی به دست آورند تا بتوانند به گونه ای هوشمند در رسانه ها به کنکاش پرداخته و از بین صدها پیامی که هر روزه دریافت می کنند دست به انتخاب بزنند . به بیان ساده، آموزش رسانه ای توانایی پرسیدن سوالاتی در مورد آنچه شما تماشا می کنید، می بینید و می خوانید است . آموزش رسانه ای به جوانان کمک می کند نحوه شکل گیری رسانه ها، رویکردهای مورد استفاده برای افزایش متقاعدسازی، منابع تجاری و طرف های ذی نفع در تبلیغات و ایدئولوژی نهفته در پیام های موجود در تبلیغات تجاری و رسانه های خبری را درک کنند .به صورت خاص ، رویکرد آموزش رسانه ای می تواند با آموزش مسایل زیر به جوانان به تلاش های به عمل آمده برای پیشگیری از اعتیاد کمک کند:

- تشخیص چگونگی تاثیر پیام ها بر آن ها : دانش آموزان می توانند مهارت های مورد نیاز برای حفاظت از خود در مقابل پیام هایی در رابطه با مواد مخدر و انتخاب سبک های غیر سالم زندگی را فرا گیرند.

- ایجاد تفکر انتقادی : زمانی که جوانان می آموزند چگونه دست به تحلیل ۱۵۸۵ رسانه ها بزنند ، می توانند پیامهای ارزشی در رابطه با مواد مخدر را که در رسانه ها گنجانده شده اند ، کشف کنند و بپذیرند یا روی آن پیام ها تصمیم بگیرند.

- تقویت عزت نفس سالم : دانش آموزانی که در مورد رسانه ها و تکنیک های آنها مهارت و دانش کافی داشته باشند ، می توانند از رسانه ها برای تولید خلاقانه پیام های خاص خود استفاده کنند. تشویق عزت نفس سالم یکی از اهداف برنامه موثر پیشگیری از اعتیاد است.

بهترین روش ها و موانع

رویکرد آموزش رسانه ای به استعمال مواد مخدر (غیر قانونی) باید شامل مجموعه ای از بهترین روش های شناخته شده در حوزه آموزش رسانه ای باشد. به علاوه، چالش های عملی چندی نیز وجود دارند که باید توسط کسانی که سعی می کنند این رویکرد را به کلاس های درس و محیط های دیگر بکشانند به رسمیت شناخته شوند.

تصور احتمالات

از آنجا که موارد برنامه های جامع پیشگیری از اعتیاد در ارتباط با مهارت های آموزش رسانه ای اندک هستند ، ترسیم زمینه های احتمالی رشد در آینده مهم است . برای رسیدن به این هدف، سه مثال فرضی برای کمک به ارا به تصویری از آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد در چهارچوب های مختلف در زیر ارائه می شود:

- **برنامه هایی برای والدین :** اولین رویکرد ، برنامه ای را نشان می دهد که باعث پیشبرد ارتباط والدین و کودکان برای ایجاد مهارت های تفکر انتقادی جهت کمک به کودکان برای تصمیم گیری های سالم در مورد سبک زندگی می شود.
- **چهارچوبهای مبتنی بر ایمان :** دومین رویکرد، فرصت هایی در برنامه های مبتنی بر ایمان مذهبی به منظور قراردادان دانش آموزان مدارس راهنمایی در معرض آموزش رسانه ای و آموزش پیشگیری از اعتیاد را شناسایی می کند.
- **ارزیابی اینترنت :** سومین برنامه به این مساله می پردازد که چگونه برنامه ها می توانند به جوانان برای تحلیل کیفی اطلاعاتی که از طریق پیام های متنوع در اینترنت دریافت می کنند ، کمک کنند.

نتایج

- آینده آموزش رسانه ای برای پیشگیری از اعتیاد به تلاش هایی که در حمایت از آموزش دهندگان، دست اندرکاران، آموزش تصمیم گیرندگان و سرمایه گذاری روی تحقیقات می پردازد، وابسته است. این افکار کلیدی عبارتند از:
 - حمایت از دست اندرکاران که شامل فراهم ساختن در دسترس قراردادن مواد آموزشی برای برقراری دوره های آموزشی مناسب و نیز آموزش پایدار و فرصت هایی برای ایجاد رهبری است.
 - آموزش تصمیم گیرندگان کلیدی مانند مسوولان امر آموزش، مدیران و مقامات ایالتی و فدرال که برای ایجاد حمایت و منابع لازم جهت به وجود آوردن ایده ها و رویکردهای نو به آموزش پیشگیری از اعتیاد ضروری است.
 - سرمایه گذاری روی تحقیقات، برای بررسی چگونگی بهبود کارآیی مداخلات آموزش رسانه ای و این که چگونه مهارت های ایجاد شده در نتیجه آموزش رسانه ای بر انتخاب های جوانان در مورد موادمخدر (غیر قانونی) و سایر رفتارهای پر خطر تاثیر می گذارند، مورد نیاز است. ۱.

۱- پیش گفتار بر گرفته از متن اصلی است . در ضمن این اثر قبلا در بولتن مرکز اطلاع رسانی و پیشگیری از اعتیاد شماره اول به تاریخ ۱۳۸۱/۱۲/۱۲ انتشار یافته است .

آموزش رسانه ای و مبارزه رسانه ای

از زمان شروع در سال ۱۹۹۸ ، مبارزه ملی رسانه ای ضد مواد مخدر برای

جوانان ، کمک فراوانی به آموزش و توانا کردن جوانان آمریکایی برای امتناع از مصرف مواد مخدر و نیز الکل و دخانیات کرده است.

این برنامه شامل موارد زیر بود:

- خرید مبالغ هنگفتی از رسانه های تبلیغاتی
- ایجاد انواع ابزارهای مبتنی بر رسانه برای آموزش دهندگان و گروه های اجتماعی
- دسترسی به خالقین رسانه هایی که بیش از همه توسط نوجوانان آمریکایی مورد استفاده قرار می گیرند.

تقریباً یک سال تحقیق به عنوان پشتوانه طراحی برنامه مبارزه مورد استفاده قرار گرفت . با کارشناسی , در زمینه های تغییرات رفتاری, رشد جوانان, پیشگیری از اعتیاد, بازاریابی نوجوانان, تبلیغات و ارتباطات نوجوانان, مشورت شد . نمایندگانی از سازمان های حرفه ای, دولتی و اجتماعی نیز به این اجلاس کمک کردند . توصیه ها و یافته های آن ها منجر به ایجاد یک راهبرد جامع ارتباطی شد که از رسانه ها و پیام های مختلف برای تماس با جوانان, والدین آن ها و سایر بزرگ سالانی که در بین جوانان صاحب نفوذ هستند, استفاده میکند .

هدف از مبارزه , آموزش دادن و توانا کردن جوانان آمریکایی برای اجتناب از مصرف مواد مخدر (غیر قانونی), بخصوص ماریجوانا و مواد استنشاقی است . پیام های پیشگیری از مصرف مواد مخدر به جوانان سنین ۹ تا ۱۸ سال با تاکید بیشتر بر نوجوانانی که به سن مدرسه راهنمایی رسیده اند (تقریباً ۱۱ - ۱۳ سال) ارایه می شود, چون دوره انتقال از مدرسه ابتدایی به مدرسه راهنمایی با افزایش قابل توجه در میزان شروع به استفاده از مواد مخدر همراه است .

اهداف ارتباطی با جوانان:

- تلقین این عقیده که بیشتر جوانان از مواد مخدر استفاده نمی کنند . برای مقابله با این حقیقت که نوجوانان همیشه میزان شیوع استفاده از مواد مخدر در بین هم سالان خود را بیش از حد تخمین می زنند .

- تقویت این تصور که استفاده از مواد مخدر به احتمال بیشتر منجر به نتایج متفاوت دارای ارزش منفی می شود.

- تقویت این تصور که اتخاذ یک سبک زندگی عاری از موادمخدر به احتمال بیشتر منجر به نتایج متفاوت دارای ارزش مثبت می شود.

- تقویت مهارت های فردی و اجتماعی که مشوق انتخاب سبک های مثبت زندگی و مقاومت در برابر استفاده از مواد مخدر باشد ؛ شامل مهارت های بین فردی و رقابتی.
- تقویت استفاده مثبت از زمان.

پیام های برنامه مبارزه جای خود را بیش از پیش در زندگی جوانان آمریکایی و والدین آنها باز کرده اند . از تبلیغات تلویزیون کابلی گرفته تا مواد آموزش مدارس، از تخته های پشت تور زمین بازی بسکتبال تا سایت های اینترنت، و از بروشورهای مربوط به مهارت های مراقبت از فرزندان تا تبلیغ در سالن های نمایش فیلم. پیام های برنامه مبارزه به آمریکایی ها در هر کجا که زندگی می کنند، یاد می گیرند ، کار می کنند ، بازی می کنند و اعتقادات دینی خود را به جا می آورند ، دسترسی دارد.

برنامه مبارزه ، سرمایه گذاری های اساسی در زمینه اهرم نفوذ رسانه ها جهت آموزش جوانان آمریکایی و مقابله با پیام های مشوق مصرف مواد که در رسانه های عمومی ارا یه می شوند ، انجام داده است. برنامه مبارزه همچنین با حمایت از ایجاد آموزش رسانه ای برای پیشگیری از اعتیاد که یک دوره آموزشی برای معلمان مدارس

راهنمایی است و توسط روزنامه نیویورک تایمز در برنامه آموزشی تولید شده است، اقداماتی برای کمک به جوانان جهت تفسیر رسانه ها و پیام هایی که آن ها در مورد مواد مخدر دریافت می کنند به عمل آورده است . ولی از آنجا که راهبرد کلی برنامه مبارزه ، توان و میزان نفوذ رسانه بر جوانان آمریکایی را به رسمیت می شناسد ، آنچه برای این برنامه مهم و مناسب است ، کمک به جوانان برای ایجاد مهارت های فکری ضروری با سرمایه گذاری بیشتر در مورد آموزش رسانه ای است .

چرا آموزش رسانه ای ؟

رسانه ها در تمام زوایای زندگی جوانان حضور دارند . بر اساس یافته های رابرتز و همکاران ، کودکان به طور متوسط هر روز ۶ ساعت و ۳۲ دقیقه را با رسانه های مختلف می گذرانند . کودکان هر هفته ۲۸ ساعت تلویزیون تماشا می کنند که دو برابر مدت زمانی است که ظرف یک سال به حضور در مدرسه اختصاص می دهند ۶۶ درصد کودکان ۸ ساله در اتاق خواب خود دستگاه تلویزیون دارند . نوجوانان به صورت تخمینی بین کلاس های هفتم و دوازدهم به ۱۰۵۰۰ ساعت موسیقی گوش می دهند که دقیقا ۵۰۰ ساعت کمتر از زمان حضور آن ها در مدرسه ظرف ۱۲ سال تحصیل است . و ۷۲ درصد از نوجوانان ۷ - ۱۸ ساله لاقط هر چند روز یک بار در منزل از اینترنت استفاده می کنند .

علیرغم توصیه های فرهنگستان آمریکایی طب اطفال و سایر طرفداران بهداشت مبنی بر این که والدین باید میزان استفاده از رسانه ها توسط فرزند خود را به دقت کنترل کنند، تحقیقات نشان می دهد که بسیاری از والدین از بابت عادات استفاده فرزندان خود از رسانه ها، احساس نگرانی نمی کنند. یک نظر سنجی انجام شده توسط انجمن مسیحی مردان جوان، نشان داد در عین حال که ۸۵ درصد از والدین می گویند میزان تماشای تلویزیون توسط فرزندان خود را مکررا کنترل می کنند، ۶۱ درصد از بچه ها می گویند که آن ها بدون نظارت والدین به تماشای تلویزیون می پردازند. به علاوه ۷۱ درصد از والدین اظهار می دارند که میزان استفاده فرزندان خود از اینترنت را به دفعات کنترل می کنند. با این حال ۴۵ درصد از نوجوانان اظهار می دارند که آن ها همیشه یا اغلب بدون نظارت والدین به استفاده از اینترنت می پردازند. علاوه بر این ۲۶ درصد از والدین، نگران این هستند که نمی توانند به خوبی سایر والدین به جستجو در اینترنت بپردازند.

آموزش رسانه ای به کودکان و نوجوانان کمک می کند مهارت های لازم برای جستجوی هوشمندانه در رسانه ها و تصفیه کردن صدها پیامی را که هر روز دریافت می کنند، به دست آورند. به زبان ساده، آموزش رسانه ای توانایی پرسیدن سوالاتی در مورد آنچه که تماشا می کنید، می بینید و می خوانید است. آموزش رسانه ای می تواند به جوانان کمک کند نحوه تشکیل رسانه ها، رویکردهای مورد استفاده برای افزایش میزان متقاعد سازی، منابع مالی و افراد ذی نفع در تبلیغات و ایدئولوژی پیام هایی را که در رسانه های تجاری و خبری گنجانده می شوند، درک کنند. علاوه بر فراهم سازی مهارت های

حفاظتی در مقابل آثار منفی رسانه ها برای جوانان ، آموزش رسانه ای ممکن است به همان اندازه به جوانان مهارت های آماده سازی برای تبدیل شدن به شهروندانی مسوولیت پذیر را ارایه دهد . به عنوان مثال ، آموزش رسانه ای می تواند به جوانان این قدرت را بدهد که به جامعه کمک مثبت کنند ، بدبینی و بی تفاوتی را به چالش بکشند و به عنوان عوامل تغییر اجتماعی عمل نمایند . چهار مفهوم عمده که محور آموزش رسانه ای هستند عبارتند از این که تمام رسانه ها دارای ساختار هستند، مقررات و روش هایی دارند، پیام های ارزشی منتقل می کنند و دارای علا یق تجاری هستند. رویکرد آموزش رسانه ای احتمالاً این مفاهیم را به یک یا چند مورد از فعالیت های زیر مرتبط خواهد ساخت:

- تحلیل منتقدانه پیام های رسانه ای
- ارزیابی منبع اطلاعات
- بحث در مورد مسایلی چون جهت گیری و اعتبار
- افزایش آگاهی در این مورد که چگونه تکنیک های رسانه ای مانند رنگ ، صدا ، ویرایش یا (استفاده از نماد) بر عقاید، نقطه نظرات و رفتارهای مردم تاثیر می گذارند.
- تولید پیام هایی با استفاده از اشکال مختلف رسانه ای.

آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد به مواد

جوانان هر روز توسط پیام های رسانه ای در مورد مواد مضرى همچون الکل ، دخانیات و مواد مخدر (غیر قانونی) در رسانه های خبری ، تبلیغات ، اشعار موسیقی ، ۱۶۰۱فیلم ها ، برنامه های تلویزیونی و اینترنت بمباران می شوند . ارزیابی که اخیرا در مورد سریال های تلویزیونی مورد علاقه نوجوانان به عمل آمد ، نشان داد که مواد مخدر (غیر قانونی) در ۲۰ درصد قسمت های سریال ذکر یا دیده شده اند که ۲۲ درصد از این موارد مربوط به دخانیات و ۷۷ درصد مربوط به الکل بوده است . یک مطالعه دیگر نشان داد، که مواد مخدر (غیر قانونی) در ۲۲ درصد فیلم ها و ۱۸ درصد آوازه ها حضور دارند . همین داستان در مورد رسانه هایی با مخاطبان بسیار خردسال تر نیز صدق می کند . مطالعه ای از ۸۱ کارتون با درجه بندی G (نوعی درجه بندی فیلم به این معنی که تماشای آن برای تمام سنین مناسب است) از سال ۱۹۳۷ تا سال ۲۰۰۰ نشان داد که تقریبا ۵۰ درصد آن ها شخصیت هایی را در حال استفاده از الکل یا دخانیات و اغلب بدون بیان عواقب منفی آن نمایش داده اند .

بسیاری از پیام های رسانه ای مربوط به الکل ، دخانیات یا مواد مخدر به شیوه ای جذاب یا دوست داشتنی ارایه می شوند . پیام های مشوق اعتیاد ، اغلب در اشعار موسیقی عامه پسند ، اشارات شوخ طبعانه به استفاده از مواد مخدر و نشئه شدن در نمایش های کمدی تلویزیون و حتی در حالات تغییر یافته ای که گاهی اوقات در ضمن فروش نوشیدنی های غیرالکلی ، کفش های کتانی ، اتومبیل ها و غذاهای سرپایی نشان داده می شوند ، وجود دارند . این پیام ها می توانند باعث تقویت این عقیده شوند که استفاده از

مواد مخدر نوعی سرگرمی بی خطر است . با آموزش مهارت های مهم تفکر ، آموزش رسانه ای می تواند به کودکان و نوجوانان کمک کند رسانه ها و پیام هایی را که در مورد مواد مخدر دریافت می کنند، تفسیر و ارزیابی کنند . به موازات اینکه جوانان یاد می گیرند راهبرد ها و تکنیک های خلق و استفاده از پیام های رسانه ای را شناسایی کنند ، بهتر قادر خواهند بود تشخیص دهند که چگونه و چرا پیام هایی برای آن ها جاذبه دارند و تاثیر این پیام ها بر رفتار خود را درک نمایند. فرآیند تفکر مجدد و تفکر انتقاد آمیز در مورد یک پیام به خودی خود آن چیزی را که اثر تلقیحی در مقابل آن پیام است فراهم می سازد.

آموزش شک کردن یکی از وظایف رسانه هاست. راهبرد ارتباطی خود برنامه مبارزه رسانه ای ONDCP نقش مهم آموزش رسانه ای در پیشگیری از اعتیاد را این گونه به رسمیت می شناسد که : حضور استفاده از مواد مخدر در رسانه ها تاثیر نیرومندی بر نوجوانان دارد به خصوص از آنجا که متوجه تاثیر فرهنگ عامه نمی شوند . بنابراین مهارت های تماشای انتقادی و حساسیت نسبت به تحریف تصاویر ارایه شده توسط فرهنگ عامه برای ایجاد مهارت های مقاومتی ، حایز اهمیت است.

فواید رویکرد آموزش رسانه ای

به صورت خاص ، رویکرد آموزش رسانه ای می تواند با آموزش مسایل زیر به جوانان به تلاش های به عمل آمده جهت پیشگیری از اعتیاد کمک کند.

- تشخیص این که پیام های رسانه ای چگونه بر آن ها تاثیر می گذارند.

دانش آموزانی که واژگان رسانه ای را می آموزند، می توانند تکنیک های متقاعد سازی و وسوسه کننده در رسانه ها را شناسایی کنند. آن ها سپس مهارت هایی را که برای محافظت از خود در برابر پیامهایی در مورد مواد مخدر و انتخاب سبک منفی زندگی موجود در بطن رسانه های اطراف خود که به آن ها نیاز دارند، اتخاذ می کنند.

- ایجاد تفکر انتقادی

زمانی که جوانان می آموزند رسانه ها را به صورت انتقادی تحلیل کنند، می توانند پیام های ارزشی موجود در آن ها را کشف کرده و تصمیم بگیرند که آیا آن پیام ها را قبول یا رد کنند. وقتی دانش آموزان یاد بگیرند پیام ها را از نظر دقت و اعتبار ارزیابی کنند، اطلاعات و ابزار بهتری برای تصمیم گیری های مطمئن تر جهت اجتناب از اعتیاد به مواد در اختیار خواهند داشت.

- تقویت عزت نفس سالم

دانش آموزانی که در مورد رسانه ها و تکنیک های آن ها مهارت و دانش داشته باشند، می توانند در چهار چوب یک برنامه پیشگیری از اعتیاد به صورتی خلاقانه از رسانه ها برای تولید پیام های ارضا کننده و سازنده خاص خود استفاده کنند. آن ها همچنین می توانند بر همسالان خود تاثیر گذاشته و باعث شوند انتخاب های مثبتی در مورد استفاده از

مواد مخدر انجام گیرد. تشویق عزت نفس و روابط سالم یکی از اهداف یک برنامه موثر پیشگیری از اعتیاد است.

فرصتها و چالشها

در میان آن هایی که مسوول آموزش بهداشت در کلاس درس و سایر محیط ها هستند، سطح نسبتا بالایی از آگاهی و درک آموختن چگونگی تحلیل نقادانه آنچه رسانه ها در رابطه با الکل و دخانیات ارایه می دهند، وجود دارد. این امر تا حدودی ناشی از تبلیغات همه گیر و تبلیغ این محصولات است. برعکس، بسیاری از کارشناسان اظهار می دارند که نه تنها نوعی فقدان فعالیت در آموزش رسانه ای در خصوص مواد مخدر (غیر قانونی) به چشم می خورد بلکه موانع مهمی نیز بر سر راه آموزش این مواد وجود دارند. شناسایی فرصت هایی برای تقویت هر آنچه که موثر است و درک چالشهای خاص مواد مخدر (غیر قانونی) برای فراهم سازی شفافیتی که به رشد این رویکرد کمک خواهد کرد، ضروری است. به طور کلی تحقیق در مورد برنامه های آموزش رسانه ای خاص الکل و دخانیات نشان می دهد که این گونه مداخلات ممکن است بر خصوصیات که تصور می شود عوامل حفاظتی علیه اعتیاد به مواد باشند، تاثیر گذارند. به عنوان مثال، یک برنامه آموزش رسانه ای در مورد تبلیغات الکل و دخانیات برای دانش آموزان مدرسه راهنمایی می تواند باعث بهبود آگاهی، کاهش تصورات استفاده از الکل و دخانیات به عنوان یک

معیار ، افزایش نقطه نظر های انتقادی در رابطه با تکنیک های تبلیغی صنعت الکل و دخانیات و کاهش قصد نوشیدن در کوتاه مدت شود . یک مطالعه دیگر نشان می دهد که مداخله ممکن است اثرات فوری بر نقطه نظرهای موجود در مورد الکل و دخانیات و تاثیر نیرومندی در طول زمان داشته باشد.

بهترین روشها

تعداد کثیری از کارشناسان آموزش و شاغلین حرفه های بهداشتی نوعی رویکرد آموزش رسانه ای به آموزش بهداشت را که شامل پیشگیری از اعتیاد به مواد و خشونت است ، اتخاذ کرده اند . به عنوان مثال ، از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۰ ، تعداد کارشناسان آموزشی که در کنفرانس ملی آموزش رسانه ای شرکت می کردند از کمتر از ۵ درصد به بیش از ۱۷ درصد شرکت کنندگان افزایش یافت . در میان این کارشناسان ، نوعی شناخت در حال رشد از مجموعه ای از بهترین روش ها که تاثیر کار کردن با کودکان و جوانان در رابطه با مسایل رسانه ای را افزایش می دهند ، وجود دارد . در میان روش هایی که در اجلاس مورد بحث قرار گرفتند ، موارد زیر قابل اشاره اند:

نمونه های حاضر رسانه های معاصر

- **متکلم وحده نباشید:** آموزش رسانه ها زمانی به موثرترین وجه انجام می شود که آموزگاران به هوش جوانان احترام بگذارند و نوعی رویکرد هم آموزی را به کار گیرند. تاکید فزاینده بر فناوری در کلاس درس به تغییر نقش آموزگاران از فرد خردمند روی صحنه به راهنمای دوشادوش در آموزش رسانه ای منجر شده است.
- **به رسمیت شناختن لذت استفاده از رسانه:** فرهنگ جوانان ارتباط نزدیکی با رسانه ها و فرهنگ عامه دارد. زمانی که تجربه جوانان و آشنایی با فرهنگ رسانه ای به رسمیت شناخته و معتبر دانسته شود، مهارت های آموزش رسانه ای به احتمال بیشتری مورد پذیرش قرار گرفته و در مورد پیام هایی که آن ها هر روز استفاده می کنند به کار می آیند.
- **استفاده از تولیدات خودی:** تولید رسان های، فرصتی برای ایجاد پیام های رسانه ای مخصوص به خود روش ها یی نیرومند برای کمک به اتخ از مهارت ها هستند. تکنیک های آموزش رسانه ای را می توان در برنامه هایی ادغام کرد که هدف آن ها این است که جوانان بیاموزند چگونه پیام های پیشگیری از اعتیاد خود را خلق کرده و در بین همسالان به نوعی تشخیص مثبت دست پیدا کنند. جنبه فناوری بالای تولید رسانه ای بخصوص برای نوجوانان جذاب بوده و می توان از آن به عنوان قلبی برای درگیر کردن همداران آن ها در برنامه های پیشگیری از موادمخدر استفاده کرد.

- از سن پایین شروع کنید : کودکان از سن پایین در معرض پیام های رسانه ای قرار دارند . مداخله زودرس می تواند درک کودکان از هدف متقاعد سازی را افزایش دهد ، انتظارات در مورد عواقب مثبت نوشیدن مشروب را تقلیل دهد و احتمال انتخاب یک محصول مربوط به الکل مانند تی شرت یا کلاهی که نشان آبجو روی آن باشد ، توسط آن ها را کاهش می دهد .
- با رسانه ها و فرهنگ های جوانان آشنا باشید : دست اندرکاران برنامه مبارزه زمانی دارای اعتبار هستند که تسلط کامل به فرهنگ عامه جوانان داشته و قادر باشند از نمونه های حاضر رسانه های معاصر استفاده کنند . در صورتی که آن ها از نمونه های کهنه شده پیام های رسانه ای که دیگر مردم با آن ها آشنا نیستند یا ربطی به جوانان ندارند ، استفاده کنند ، اعتبار خود را از دست می دهند .
- با بچه ها ، همانند تصمیم گیرندگان برخورد کنید : جوانان را باید به عنوان شرکت کنندگان فعال در ساخت ارزش ها و باورهای خود به رسمیت شناخت نه به عنوان افراد ساده لوحی که قربانی تصاویر نیرومند رسانه ای هستند .
- رسانه ها را نکوبید : اعتراف کنید که رسانه ها عوامل نفوذی نیرومند و حیرت انگیزی هستند که می توان از آن ها برای مقاصد مثبت و سالم استفاده کرد . افرادی که آگاهی رسانه ای دارند ، پیچیدگی ، خلاقیت و توان رسانه ها را به نحو بهتری درک می کنند . آن ها رسانه ها را مسوول مشکلات جامعه نمی دانند .

- زمینه ها را به رسمیت بشناسید: جوانان در معرض پیام های مختلفی که بستگی به محیط جغرافیایی، طبقه اجتماعی، اقتصادی، نژاد و فرهنگ آن ها دارد قرار خواهند گرفت. اینگونه نیست که تمام جوانان به یک شیوه از پیام های رسانه ای تاثیر پذیرند.

- از پیام ها و فعالیت های مناسب سن استفاده کنید: دست اندرکاران برنامه مبارزه زمانی که مسایل پیچیده ای مربوط به رسانه ها یا اعتیاد به مواد را با زبانی بیش از حد ساده برای نوجوانان بزرگتر بیان می کنند، ممکن است سبب احساس بیگانگی در آن ها شوند. برعکس، از به کار بردن مواد آموزشی پیچیده که با مرحله رشد نوجوان ارتباط نداشته باشد، اجتناب کنید.

- والدین را دخالت دهید: والدین برای کنترل فعال میزان استفاده فرزند خود از رسانه ها و درگیر شدن در گفتگوی مستمر در مورد پیام های رسانه ای نیاز به انگیزه دارند. والدین نه تنها میزان تماشای تلویزیون بلکه فعالیت های اینترنتی، موسیقی و فیلم ها را باید کنترل کنند.

- اعضای اصلی کادر آموزش مدرسه را دخالت دهید: دانش رسانه ای اغلب به عنوان موضوعی فرعی در بین مواد آموزش مدارس در نظر گرفته می شود. در صورت امکان، آموزش رسانه ای باید به یک درس اصلی و مشخص که توسط اعضای اصلی کادر آموزشی تدریس می شود، تبدیل شود.

موانع

در عین حال که یک رویکرد آموزش رسانه ای به عنوان بخشی از یک راهبرد کلی پیشگیری از مصرف مواد مخدر (غیر قانونی) دارای توان بالایی است ، برخی چالش های عملی وجود دارند که باید توسط کسانی که مواد آموزشی را تدوین می کنند و پیام های آگاهی رسانه ای را در کلاس ها ارا یه می دهند به رسمیت شناخته شود .

این موانع عبارتند از:

- **کسانی که تاثیر منفی می گذارند چه کسانی هستند؟** تبلیغات مربوط به الکل و دخانیات از موضوعات مورد علاقه برای آموزش آگاهی رسانه ای هستند چون بازاریابان جمعی وجود دارند که به سادگی قابل شناسایی اند و می توان بین آن ها و این پیام ها ارتباط برقرار کرد . در مورد مواد مخدر (غیر قانونی) شناسایی وسوسه کننده یا نسبت دادن انگیزه ها به محتوای رسانه ای که جوانان ممکن است با آن برخورد کنند ، بسیار دشوارتر است .
- **عامل انکار بزرگتر :** مواد مخدر (غیر قانونی) به اندازه دخانیات و الکل فراگیر نیستند و بسیاری از والدین و سایر بزرگ سالان دارای نفوذ باور نمی کنند که تمام کودکان از ناحیه آن ها در معرض خطرند . بسیاری از بزرگسالان از وجود پیام های طرفدار مواد مخدر در رسانه های خاص جوانان آگاه نیستند چون آن ها به سینما نمی روند ، تلویزیون تماشا نمی کنند یا به همان موسیقی که فرزندشان

گوش می‌کنند، گوش نمی‌کنند. کلیشه‌های رسانه‌ای در مورد استفاده از مواد مخدر آموزش دهندگان را به صورت خاص به انکار حضور موادمخدر در زندگی دانش‌آموزان، سوق می‌دهد. واقعیت استفاده از موادمخدر، تمام این کلیشه‌ها را نقض می‌کند و تمام مرزهای جغرافیایی، اجتماعی - اقتصادی، نژادی و قومی در جامعه آمریکا را در می‌نوردد.

- **ترسیم بی‌قاعده:** مواد مخدر (غیر قانونی) به صورت شایعی در برنامه‌های تلویزیون به تصویر کشیده نمی‌شوند. هر چند حضور آن‌ها در موسیقی عامه پسند

شامل اشارات مثبت فراوان به حالات تغییر یافته یا طبیعی نشان دادن استفاده از مواد مخدر می‌باشد. این گونه اقدامات ترسیم‌گرایانه به ندرت از الگوی قابل پیش‌بینی پیروی می‌کنند.

- موسیقی و فرهنگ جوانان: بسیاری از روش‌های به تصویر کشیدن مواد مخدر (غیر قانونی) در زمینه موسیقی عامه پسند یافت می‌شوند و بسیاری از جوانان شدیداً به آن فرهنگ علاقه دارند. اثبات نادرستی این تصاویر مشکل‌تر است چون جوانان با موسیقیدانان هم‌ذات‌پنداری می‌کنند و به آن‌ها بیش از سایر شخصیت‌های رسانه‌ای یا مشاهیر اعتماد دارند.

- اثر بومرنگ : مطرح کردن مساله مواد مخدر در زمینه آموزش رسانه ای , میزان اثری بودن مواد مخدر را افزایش می دهد و ممکن است ش ان استفاده از مواد مخدر در بین جوانان را ارتقا دهد.

- **چالشهای عملی :** معلمها و سایر دست اندرکاران با محدودیت هایی برای آموزش آگاهی رسانه ای بخصوص در محیط کلاس های درس مواجه هستند . نمونه های رسانه ای از فیلم ها یا تلویزیون را به دلیل مشکلات مربوط به کپی رایت نمی توان به سادگی بسته بندی و همراه با مواد آموزشی توزیع کرد . بر خلاف الکل که در تبلیغات به میزان گسترده ای حضور دارد ، اغلب برای آموزش دهندگان دشوار است که نمونه های خاص خود را در تلویزیون یا سینما یافته و ضبط کنند . حتی زمانی که این گونه نمونه ها شناخته می شوند، آموزش دهندگان به دلیل نگرانی در مورد وجود مواد مخصوص بزرگسالان, اغلب قادر به استفاده از بریده های فیلم ها , تلویزیون یا موسیقی نیستند.

به تصور کشیدن احتمالات

محققین دریافته اند , مخاطبینی که از همه بیشتر در معرض استفاده بار اول از مواد مخدر هستند عبارتند از کودکان بین سنین ۹ و ۱۲ سال و نوجوانان کم سن و سال . با این حال مفاهیم آموزش رسانه ای را می توان حتی در سنین پایین تر برای ایجاد نوعی تفکر و تحلیل انتقادی که به کودک در تمام مدت عمر برای تصمیم گیری های دشوار

مثلا در مورد مواد مخدر و سایر مواد کمک میکند، انجام داد. از آنجا که نمونه های اندکی از برنامه های جامع پیشگیری از اعتیاد در رابطه با مهارت های آگاهی رسانه ای وجود دارند مهم است که زمینه های احتمالی رشد آتی، شناسایی شوند. برای این کار سه نمونه فرضی ارایه می شود تا به خلق تصویری از ارزش آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد در چهارچوب های مختلف کمک کنند. اولین رویکرد، نشان دهنده طرحی برای تشویق ارتباط والدین با فرزندان به منظور کمک به کودکان برای دستیابی به مهارت های تفکر انتقادی و انجام تصمیم گیری های سالم در مورد سبک زندگی است. رویکرد دوم فرصت هایی را در برنامه های مبتنی بر ایمان برای آشنا کردن کودکان مدارس راهنمایی با آموزش رسانه ای و آموزش پیشگیری از اعتیاد نشان می دهد. سومین رویکرد به کنکاش در این مورد می پردازد که چگونه برنامه ها می توانند به جوانان کمک کنند اطلاعاتی را که از اینترنت دریافت می کنند، تحلیل کنند.

رویکرد فرضی شماره یک

رویکردی به آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد برای والدین

تعریف

امروزه بزرگسالان عادت کرده اند رفتارهای پر خطر یا ضداجتماعی جوانان را به تاثیر منفی رسانه ها ارتباط دهند . این موضوع کانون مباحثات اجتماعی متعدد بوده و منجر به طرفداری از کنترل بیشتر والدین بر عادات رسانه ای فرزندان و ایجاد فن اوری های جدید مانند تراشه های V جهت تلویزیون ها و نرم افزارهای تصفیه کننده برای کامپیوتر شده است که والدین می توانند از آن ها برای محدود کردن دسترسی به محتویات اینترنت استفاده کنند . این اقدامات واکنشی تنها یک راه حل نسبی هستند . آن ها باید با آموزش فعال در زمینه رسانه ها همراه باشند تا به جوانان توان بیشتری جهت تفسیر و واکنش نشان دادن به حجم فراوان پیام های رسانه ای که همچنان دریافت خواهند کرد بدهند . تقویت ارتباط موثر بین والدین و فرزندان ، جزء اساسی پیشگیری از اعتیاد است ، با این حال بیشتر والدین ، مشارکت فعالی در کنترل میزان استفاده فرزندان خود از رسانه ها ندارند . با راهنمایی و حمایت، والدین می توانند به تدریج مهارت هایی به فرزندان نوجوان خود بدهند که به آن ها کمک می کند پیام های موجود در تلویزیون، فیلم های ویدیویی ، اینترنت و موسیقی را به شیوه ای نقادانه تحلیل کنند . برنامه های

خاص بزرگسالان را می توان از طریق سازمان های والدینی موجود مانند انجمن ملی اولیا و مربیان یا طرح های مراقبت از کودک مانند امتیاز برتر به انجام رساند.

رویکرد خاص والدین به آموزش رسانه ای و پیشگیری از مواد سه هدف عمده دارد:

۱) انگیزه دادن به والدین برای کنترل نزدیکتر میزان استفاده فرزندآن ها از رسانه

ها

۲) کمک به والدین برای استفاده از بحث های مربوط به محتوای رسان هها برای

پیشبرد الگوهای سالم ارتباط

۳) کمک به محافظت از کودکان در مقابل اثرات تصویر ساز یهای مشکل دار

رسانه ها در مورد استفاده از مواد.

اساس کنترل به عنوان یک مهارت والدینی از برنامه ملی مبارزه رسانه ای با مواد

مخدر برای جوانان اقتباس گردیده است:

-استفاده از پیام های رسانه ای ضد مواد مخدر به عنوان کاتالیزوری برای بحث و تقویت

پیام.

-دخیل بودن در کنترل فعال فعالیت های نوجوان.

استدلال

این نوع برنامه آموزش رسانه ای برای والدین می تواند چندین گروه سنی و مراحل رشدی مختلف را در بر گیرد؛ ولی باید به صورت زودرس با بچه هایی به سن دو سال شروع شود و تاکید آن بر اهمیت دخیل ماندن در انتخاب های رسانه ای کودکان طی سال های مدرسه ابتدایی باشد. فرهنگستان آمریکایی طب اطفال، اطلاعات جدیدی را از تحقیق رسانه ای نیلسن جمع آوری کرد و دریافت که یک کودک یا نوجوان به طور متوسط تقریبا سه ساعت تلویزیون در روز تماشا می کند. این باعث محدودیت زمان ارتباط والدین با کودکان که می تواند شامل مباحثاتی در مورد رسانه ها باشد، می شود.

ارزیابی نیازها

در عین حال که والدین اظهار داشته اند نگران نفوذ رسانه های عمومی بر کودکانشان هستند، شواهد نشان دهنده تناقض فراوان در مورد کنترل والدین بر میزان استفاده از رسانه هاست. به عنوان مثال، والدین ادعا می کنند محدودیت های خاصی برای میزان استفاده از رسانه ها وضع می کنند ولی فرزندان آن ها به احتمال کمتری از دلایل این مقررات اطلاع دارند. موفقیت برنامه مهارت های حیاتی تماشا کردن برای اجتماع و خانواده انجمن ملی تلویزیون کابلی که با هماهنگی انجمن ملی اولیا و مربیان انجام شد

نشان می دهد که والدین آمادگی راهنمایی شدن در مورد چگونگی انتقال مهارت های آموزش رسانه ای به فرزندان خود را دارن د . وقتی کودکان به سال های اوان نوجوانی می رسند، نگرانی های

والدین به نحو چشمگیری افزایش پیدا می کند . طبق یک بررسی جدید روی گروه های مورد مطالعه که توسط برنامه ملی مبارزه رسانه ای ضد مواد مخدر برای جوانان به انجام رسیده است ، والدین کودکان سنین ۱۱- ۱۴ ساله نگرانی های زیر را داشتند:

-عدم کنترل آنچه که فرزندانشان در تلویزیون می بینند.

-خشونت در رسانه ها

-تصاویری از زندگی نوجوانان که با نظرات اکثر والدین در تناقض ۱۱۵۷۶ بوده و

تأثیر بالقوه این تصاویر بر فرزندان آنها.

-دسترسی به اطلاعات سانسور نشده و به صورت بالقوه نامناسب موجود در رسانه

ها به خصوص اینترنت . برخی والدین مطمئن نیستند آیا فرزندان آن ها قادر به

فرآوری این موارد در عین حفظ ارزش هایی که والدین برای انتقال آن به

فرزندان زحمت کشیده اند هستند یا خیر .

-تفاوت بین ارزشهای مورد تاکید در رسانه ها و ارزشهای خانواده رشد مصرف

زدگی و تمرکز غیر سالم بر اشیای مادی مانند لباس ها ، تلفن های همراه و بازی

های ویدیویی و فشار در میان والدین برای تسلیم شدن در مقابل خواست های

کودکان برای پیشگیری از این که آن ها احساس طرد شدگی کنند.

یک برنامه موثر آموزش والدین می تواند این نگرانی ها را مورد کاوش قرار دهد و به تحویل راهبردهای عملی به والدین برای اداره بهتر پیچیدگی های بزرگ شدن در عصر اطلاعات کمک کند.

مخاطبین هدف:

کانون اصلی توجه والدین کودکان ۶ تا ۱۱ ساله، یعنی نسلی است که درصد بیشتری از برنامه های بزرگ سالان را تماشا می کند همراه با اطلاع رسانی در مورد نیازهای کودکان بزرگتر و کوچکتر.

نکات مربوط به رشد:

اطلاعاتی که به والدین ارا یه می شود باید به درک ادراکات متفاوت کودکان و تفاسیر محتوای رسانه ها که ناشی از سطح رشد آن ها است کمک کند. کودکان به همان شیوه بزرگترها با رسانه ها ارتباط برقرار نمی کنند. در مراحل مختلف رشد، کودکان پیام های رسان های را به گونه های متفاوتی می بینند و می فهمند. مثلا:

- کودکان پیش دبستانی همیشه بین شخصیت های تخیلی و افراد واقعی تمایز قایل می شوند.

- کودکان تا سن ۱۱ سالگی به احتمال بیشتر، رفتارهایی را که همراه با پاداش اجتماعی هستند، تقلید می کنند.

- کودکان نوپا تا پنج سالگی شروع به تشخیص شخصی تهای خوب و بد می کنند ولی از نظر درک خصوصیات پیچیده مانند شخصیت پست و خصوصیات که این گونه نقایص را جبران کنند مشکل دارند.

- کودکان خردسال قادر به تمایز بین یک برنامه تلویزیونی و آگهی تبلیغاتی نیستند.

- کودکان شش تا هفت ساله ممکن است متوجه رابطه بین عملی در شروع برنامه و نتیجه آن در انتهای برنامه نشوند.

- به دلیل تجربه محدود زندگی، کودکان شش تا ۱۱ ساله اغلب معتقدند که آنچه آن ها در رسانه ها می بینند، انعکاسی از زندگی واقعی است. شخصیت های تلویزیون می توانند نقش سرمشق را داشته باشند. اگر قهرمان مورد علاقه یک کودک از موادمخدر استفاده کند، کودک ممکن است فکر کند که این کار قابل قبول است.

- شخصیت هایی که کودکان به آن ها احترام می گذارند از جمله کسانی که ممکن است از موادمخدر استفاده کنند یا مشروب بخورند ممکن است بر تصمیم گیری کودکان در مورد سبک زندگی تأثیر بگذارند.

زمینه ها

برنامه های فراگیر آموزش والدین به اشکال فراوان از جمله برنامه های چهره به چهره مبتنی بر اجتماع، اعلان های عمومی، قراردادن مطالبی بر روی اینترنت که هدف آن ها والدین است و استفاده از نضایح سودمند در مجله های مربوط به مراقبت از فرزندان و زنان و نیز گفتگوهای بعد از ظهر تلویزیونی و رادیویی قابل اجرا هستند.

توصیه ها

مواد آموزشی والدین باید نیاز به احترام به کودکان و اهمیت تصمیم گیری هایی را که به نفع تمام اعضای خانواده است و بهره برداری از ساعات استفاده از رسانه ها به عنوان فرصت ها و نه موانعی برای ارتباط خانوادگی را به رسمیت بشناسند . برنامه آموزش والدین تا حدودی می تواند در شکل گیری مجدد انتظارات والدین در مورد سطح مناسب مسوولیت در رابطه با عادات استفاده کودک از رسانه ها کمک کننده باشد . فعالیت های مناسب سن باید مشوق یادگیری، رشد و فرصت هایی برای والدین باشند تا ارزش های خود را با فرزندانشان به اشتراک بگذارند.

سنین ۲ - ۵ سالگی:

- تفاوت های بین نمایش های تلویزیونی و آگهی های تجاری را که از تلویزیون پخش می شوند, توضیح دهید.
- مفهوم اساسی مخاطبین هدف را معرفی کنید : برخی نمای شها برای بزرگترها و برخی دیگر مخصوص کودکان است.
- تماشای تلویزیون را به یک ساعت در روز یا کمتر محدود کنید.
- از فیلم های ویدیویی برای سرگرمی کودکان استفاده کنید نه راحتی بزرگترها.
- پاسخ عاطفی خود به پیام های رسانه ای را که از نظر شما ناراحت کننده, مسخره یا جالب توجه هستند , نشان دهید . پاسخ شما به این پیامها برای فرزندان آموزنده خواهد بود.
- سوالاتی برای کمک به فرزندان جهت تمایز بین واقعیت و تخیل بپرسید : آیا واقعاً ممکن است چنین اتفاقی بیافتد؟ اگر این اتفاق برای تو می افتاد باز هم بامزه بود؟

سنین ۶ - ۸ سالگی:

- با هم تماشا کنید : والدین و فرزندان با هم نمایش را نگاه می کنند و سپس والدین از فرزندان می خواهند توضیح دهند چه اتفاقی دارد می افتد تا میزان درک کودک از محتوای پیام را ارزیابی کنند.

- از والدین بخواهید مقررات و محدودیت هایی با کمک خود فرزندان در مورد زمان و محتوای استفاده از رسانه ها شامل بازی های ویدیویی، تلویزیون، نوارهای ویدیویی و اینترنت وضع کنند.

- از یک راهنمای تلویزیون یا یک ابزار برنامه ریزی دیگر برای انتخاب پیشا پیش نمایش ها جهت حمایت از مفهوم تماشای انتخابی استفاده کنید.

- آدم های خوب و آدم های بد را برای معرفی کلیشه های رسانه ای بررسی کنید

- در مورد آنچه باعث می شود یک آگهی توجه بر انگیز باشد به بحث بپردازید و

واژه هایی مانند سرعت ، شخصیت ، هنر پیشه ، شعار ، اشعار تبلیغاتی ، تکرار ،

شوخی و تعلق را که باعث درک آگهی ها به عنوان ساختارهای رسانه ای می

شود به کودک بیاموزید.

اختلاف بین داروهای طبی و سایر انواع مواد را هنگام مشاهده آگهی های مربوط

به داروهای طبی توضیح دهید.

موقعیت هایی را که در آن ها با آب و تاب به مواد مخدر پرداخته می شوند ،

مورد تاکید قرار دهید . اگر برای اجتناب از مشکلی یا حل مشکلی از مواد مخدر یا الکل

استفاده شد ، پاسخ هیجانی خود را نمایش داده و سایر راه هایی را که آن شخصیت می

توانست از طریق آنها پاسخ دهد ، خاطر نشان کنید.

سنین ۹ - ۱۲ سالگی:

- باهم تماشا کنید : والدین و فرزندان یک نمایش را با هم تماشا می کنند و فرزند توضیح بیشتری در مورد شخصیت ها و موقعیت ها می دهد تا شما درک بهتری از هم ذات پنداری عاطفی کودک با شخصیت های نمایش به دست آورید .
والدین می پرسند: تو از کدام شخصیت بیشتر خوشت می آید و چرا ؟
- انتخاب ها را توجیه کنید : کودکان فهرست توافقی شده ای از نمایش ها را تماشا می کنند . کودک می تواند یک نمایش جدید را که خود انتخاب کرده است در صورتی که دلایل خوبی برای انتخاب آن داشته و توسط والدین نیز مورد تایید قرار گرفته باشد , تماشا کند .
- از والدین بخواهید مقررات و محدودیت هایی با کمک فرزندان وضع کنند :
استثناها و تغییر مقررات بعد از مذاکره بین کودک و والدین تعیین می شوند .
اعمال مقررات برای برقراری عواقب تخلف از مقررات ضروری است .
- در محیط زندگی روزمره کودک , تصویر ارا یه شده در رسانه ها را با واقعیت مقایسه کنید . به عنوان مثال این که چگونه موقعیت های پیش آمده بین جوانان , خواهر و برادرها و والدین به گونه ای که در یک نمایش کمدی موقعیت ارا یه شده است با موقعیت خود آنها مقایسه و مقابله می شود؟
- واکنش هیجانی خود به پیام های رسانه ای را که نشان دهنده تغییر حالات هوشیاری از طریق حرکت سریع , افکت های صوتی یا جلوه های ویژه تصویری

هستند به مشارکت بگذارید . فرزند شما در مورد این جلوه ها از چه چیز خوشش

و از چه چیز بدش می آید؟

• هرگونه اشاره به اعتیاد به مواد مخدر در رسانه ها و عواقب استفاده از مواد توسط

یک شخصیت را به بحث بگذارید . از کودکان بخواهید تشخیص دهند که استفاده

از مواد چگونه می تواند بر روابط و مسایل مالی تاثیر بگذارد.

سنین ۱۳ - ۱۸ سالگی

• باهم تماشا کنید : از والدین و فرزندان بخواهید یک برنامه را با هم ببینند و

کودک توضیح دهد چرا دوستان او از این برنامه خوششان می آید .والدین می

پرسند : چه چیزی باعث شده است این برنامه این قدر طرفدار داشته باشد ؟

• موضوع بحث هنگام تماشای مشترک : بحث هایی در مورد طرح داستان و

شخصیت باید به تجسس در مورد میزان واقعیت موضوع مطرح شده ادامه دهند

.چه چیز باعث می شود رفتار یک شخصیت واقع بینانه یا غیر واقع بینانه به نظر

برسد ؟

• کاری کنید که بحث در مورد فیلم ها شروع انعکاس رویکردی در جهت آینده

باشد . به عنوان مثال، استفاده از مواد چه تاثیری بر آینده یک شخصیت دارد ؟

• به عنوان بخشی از فرآیند ارتباط، مقررات و محدودیت هایی وضع کنید که تاکید

آن ها بر ارزش های خانوادگی باشد .برخی رسانه ها حاوی پیام هایی هستند که

به ارزش های خانواده تجاوز می کنند و نباید وارد محیط خانواده شوند . بحث در مورد نمایش صحنه های جنسی مستهجن، گفتار کینه جویانه، فحاشی، خشونت و استفاده از مواد مخدر باید به کنکاش در تفاوت ها و مشابهت های بین عقاید و ارزش های اعضای خانواده پردازد.

- در این مورد که چرا مردم از رسانه ها استفاده می کنند و نیز در رابطه با لذت ها و ارضاءات متفاوت حاصل از کاربرد رسانه ها، از موسیقی پخش شده از رادیوی اتومبیل گرفته تا جستجو در اینترنت تا سریا لهای بعد از ظهر تلویزیون، به بحث پردازید.

- فرصت هایی برای یک بحث خانوادگی در مورد نقش رسانه ها در جامعه ایجاد کنید. پرسید: نوجوانان، نفوذ رسانه هابر کودکان خردسالتر را چگونه می بینند ؟

رویکرد فرضی شماره دو

آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد در چهارچوب های ایمانی

تعریف

رویکرد رسانه ای به پیشگیری از اعتیاد به رهبران ایمانی امکان خواهد داد تا ارزش های ضد مواد مخدر و سایر ارزش های مثبت را در یک محیط آموزشی حمایتی و انعطاف پذیر به جوانان منتقل کنند. مواد آموزشی که محتوای غیر مذهبی ولی مبتنی بر ایمان داشته باشند، می توانند با محدوده ای از محیط های مذهبی مانند کلیساها، مساجد، معابد و سایر موسسات، انطباق داده شوند. در عین حال که کانون توجه این رویکرد کودکان بین سنین ۱۱ تا ۱۳ سال است، مواد آموزشی مناسب این سن را می توان برای کودکان و نوجوانان خردسال تر نیز به وجود آورد.

استدلال

سازمان های ایمانی از موقعیت بی همتایی برای مخاطب قراردادن مشکل اعتیاد به مواد در بین جوانان برخوردار هستند. با ارایه فعالیت های تحت نظارت، سرمشق های مثبت و یک چهارچوب اخلاقی برای زندگی، کشیشان جوان از موقعیت مناسبی برای ارایه راهنمایی روحانی به نوجوانان و ابزارهایی که آن ها برای رد کردن موادمخدر نیاز دارند

برخوردار هستند. به علاوه، والدین و سایر مراقبین بزرگ سال مکرراً برای کمک جهت

انتقال ارزش های خود و ایمن نگه داشتن جوانان بر اجتماعات ایمانی تکیه می کنند.

علاوه بر این، آموزش رسانه ای به دلیل تاکید این برنامه بر آموزش ارزش ها

نوعی مداخله مناسب برای محیط های ایمانی است. جوانان دارای دانش رسانه ای یاد می

گیرند ارزش هایی را که در پیام های رسانه ای نهفته است بخوانند و نقطه نظرات زیر

بنایی آن ها را کشف کنند. آموزش رسانه ای نوعی چهارچوب ساختاری فراهم می کند

که در آن رهبران ایمانی به ایجاد تفکر انعکاسی می پردازند دیگر که می تواند پیام های

ضد اعتیاد را علاوه بر یک سری ارزش های دیگری (مانند مقابله با مادیت، پیشگیری از

خشونت، مسوولیت جنسی) را که منعکس کننده عقاید ایمانی خاص آن هاست، حمایت

کنند.

سازمان های ایمانی مزایایی دارند که باعث می شود برای تعلیم آموزش رسانه

ای مختص پیشگیری از اعتیاد به مواد مناسب داشته باشند. این مزایا عبارتند از:

● **انطباق پذیری:** آموزش رسانه ای نوعی ابزار خنثی است که بر اساس آن هر

ایمانی می تواند ارزش های خاص خود را تحمیل کند و چهارچوبی انطباق پذیر

برای آموزش ارزش ها در اختیار رهبران جوانان قرار دهد.

● **وسعت دسترسی:** ایمان جنسیت، نژاد، قومیت و شرایط اجتماعی-اقتصادی

نمی شناسد. ایمان به عنوان راه بخصوص مناسبی U1۵۷۶ برای ارا به پیام های

پیشگیری از اعتیاد به مواد برای مخاطبین اقلیت شامل سیا هیپوستان امریکایی و افراد اسپانیولی تبار است.

● **ارشاد:** کودکان معمولاً زمانی بهتر از همیشه به آموزش رسانه ای پاسخ می

دهند

که این آموزش توسط آموزگاران خردمند ارا یه شود و نه شخصیت های رسمی . رهبران ایمانی جوانان اغلب برای ایفای این نقش مناسب اند چون علاوه بر آموزش دهنده به عنوان مشاورین روحانی نیز عمل می کنند.

● **دانش آموز محوری :** سازما نه‌ای ایمانی , محیط غیررسمی ارا یه می دهند که

باعث تقویت آموزش رسانه ای می شود. رهبران جوان قادرند آموزش رسانه ای

را به شیوه ای همکارانه و دانش آموز محور به بحث گذاشته و آموزش دهند.

ارزیابی نیازها

براساس اطلاعات مرکز ملی اعتیاد و استفاده از مواد (CASC) , نوجوانانی که

ماهی چهار بار در مراسم مذهبی شرکت می کنند ۲۶ درصد کمتر از نوجوانانی که در این

مراسم شرکت نمی کنند احتمال دارد ماریجوانا بکشند . به علاوه, این گونه نوجوانان به

احتمال کمتر از نوجوانانی که کمتر از ماهی یک بار در مراسم مذهبی شرکت می کنند , از

سایر مواد استفاده می کنند, فروشندگان مواد را می شناسند یا دوستانی دارند که سیگار

می کشند, مشروب می نوشند یا از مواد مخدر استفاده می کنند.

ولی علیرغم نقش مثبتی که اجتماعات ایمانی در زندگی جوانان بازی می کنند ، برخی گرد همایی های مذهبی ممکن است تاثیر بیشتری ب رای مقابله با اعتیاد به موادمخدر داشته باشند . بیشتر موسسات ایمانی دارای کشیشان مخصوص جوانان هستند و برخی دارای برنامه های درمان اعتیاد می باشند؛ ولی تعداد اندکی از آنها به فعالیت های پیشگیری از اعتیاد به مواد توجه قابل ملاحظه ای می کنند . یک مطالعه که توسط موسسه شهری در سال ۱۹۹۸ به انجام رسید نشان داد که از بین ۱۲۳۶ گردهمایی مذهبی بررسی شده تنها دو درصد دارای برنامه هایی در مورد استفاده از مواد بودند .

مخاطبین هدف : کودکان سنین ۱۱ تا ۱۳ ساله ای که در نوعی برنامه آموزش مذهبی جوانان شرکت می کنند . مواد آموزشی باید برای بزرگسالان به عنوان دروازه بانانی که در مورد محتویات برنامه تصمیم می گیرند ، جذابیت داشته باشد .

نکات مربوط به رشد

تاکید بر آموزش رسانه ای می تواند موقعیت برنامه های آموزشی مذهبی را با جذابیت بخشیدن به آن ها در نظر جوانان ارتقا دهد .

فرصتهای بیان و اجرای اخلاق به خوبی با این گروه سنی مناسبت دارد: کودکان می توانند اعلان های عمومی ضد اعتیاد خاص خود را با استفاده از کاغذ پوستر و ماژیک یا دوربین های ویدیویی و تجهیزات مربوط به ویرایش ، طراحی و خلق کنند . آن ها می

توانند با نشان دادن این موارد به اعضای خانواده یا نمایش عمومی آن تشخیص مثبتی به دست آورند که باعث افزایش عزت نفس آن ها می شود.

زمینه ها

مواد برنامه باید شامل محتویاتی باشد که برای رهبران ایمانی جوانان با تجربیات و آموزش های مختلف قابل استفاده باشد. این مواد باید طوری طراحی شوند که به توان آن ها را به شیوه ای انعطاف پذیر در چهارچوب های مختلف شامل برنامه های بعد از مدرسه، کلاس های روز تعطیل مدرسه، اوقات فراغت، اردوگاه ها و سایر فعالیت های جوانان مورد استفاده قرار داد. محتوای این برنامه را می توان در برنامه های آموزش مذهبی، مراسم و عظ خبرنگارها و سایر نشریات مربوط به مسایل ایمانی ادغام کرد.

توصیه ها

رهبران ایمانی تشویق می شوند تا دوره آموزشی غیر مذهبی خود را به گونه ای تعدیل کنند که منعکس کننده عقاید مذهبی آن ها باشد. این برنامه، محدوده وسیعی از فعالیت های آموزشی پایه رسانه ای را که از نظر بصری تحریک کننده بوده و در صورت امکان شامل استفاده از فناوری خواهد بود شامل می شود. تاکید پیام های پیشگیری از اعتیاد به مواد مخدر بر ایده مراقبت از بدن، مستقل فکر کردن، استفاده معتدلانه از رسانه ها، احترام به خود و اجتناب از صدمه زدن به خود و دیگران است.

فعالیت های توصیه شده زیر می توانند فرصت های معنی داری برای بحث در مورد ارزش های زندگی معاصر فراهم آورند و برای آموزش مذهبی مناسب خواهند بود. مثلاً لهایی از آن ها عبارتند از:

● از کودکان بخواهید بریده های خاصی از برنامه های تلویزیون، اشعار موسیقی، فیلم ها یا اینترنت را تحلیل کرده و ارزش ها و پیام های مکنون در آن ها را در رابطه با مسوولیت جنسی، مادیات، ارتباطات اجتماعی و خشونت تحلیل کنند. چگونه ارزش های رسانه ها با ارزش های ایمانی شما مقایسه و مقابله می شوند؟ چگونه ارزش های شخصی شما با ارزش های ارا یه شده در رسانه ها مقایسه می شوند؟

● پوشش خبری رسانه ها، برنامه های تلویزیون، فیلم ها و سایت های اینترنتی را از نظر مذهبی ارزیابی کنید. مبانی ایمان مذهبی، داستان های انجیل و غیره چگونه در رسانه ها منعکس می شوند؟ این تصاویر چگونه با آنچه کودکان تجربه کرده اند قابل مقایسه هستند؟

● اعتیاد به مواد را در چهارچوب ارزش ها مورد بحث قرار دهید. عقاید و ارزش های کودکان را با ارزش های مکنون در پیام های مشوق اعتیاد در موسیقی پاپ و رپ معاصر مقایسه و مقابله کنید. در این مورد بحث کنید که چگونه ارا یه تصویر مثبتی از مواد مخدر (شامل الکل و دخانیات) در انواع مختلف رسانه های عمومی اتفاق می افتد. بحث کنید که چرا اکثر پیام های مشوق استفاده از مواد مخدر در موسیقی عامه پسند یافت می شوند.

●والدین را تشویق به مشارکت در آموزش رسانه ای کنید .به کودک و والدین یک تکلیف منزل مشترک بدهید تا به اتفاق یک برنامه تلویزیونی را تماشا و تحلیل کنند . رفتار شخصیت های نمایش چگونه با ایده آل های ایمانی شما قابل مقایسه و مقابله اند ؟ در مورد نقش مشاهیر , در فرهنگ عامه بحث کنید . برخی مردم می گویند که مشاهیر , ایزدان و ایزد بانوان معاصر هستند . در این صورت مردم م به چه شیوه هایی آن ها را پرستش می کنند؟ این پرستش با جاذبه ای که مردم را به سوی مشاهیر می کشاند , چه تفاوتی دارد ؟

●از داستان گویی شخصی به عنوان اساس پروژه های رسانه ای تولید شده توسط دانش آموزان استفاده کنید .جوانان را وادار کنید داستان هایی در مورد بزرگ شدن خود به صورت ویدیویی تولید و در مورد مسایل مربوط به نوجوانی مانند چالش ها و ارزش های آن بحث کنند.

●از جوانان بخواهید پیام های عمومی یا کاریکاتورهایی با مضامین ضد اعتیاد را که مبتنی بر ارزش های ایمانی آنهاست تولید کنند.

رویکرد فرضی شماره سه

ارزیابی سایت های اینترنت

تعریف

در سال های اخیر، تعداد سایت های اینترنتی طرفدار موادمخدر، تعداد اتاق های چتی که لذت های فرهنگ موادمخدر را تشویق می کنند و پیام هایی که حاوی لینک هایی برای دستیابی به اطلاعات مربوط به موادمخدر از منابع موثق متعدد هستند رو به افزایش بوده است. از طریق فعالیت های داخل کلاس و فعالیت های تعاملی از طریق اینترنت، دانش آموزان کلاس های ۹ تا ۱۲ می توانند طریقه ارزیابی میزان اعتبار سایتهای اینترنتی را که اطلاعات متناقض ارائه می دهند، فراگرفته و مسوولیت بیشتری در زمینه استفاده از اینترنت به عهده بگیرند. تلاش سایتهای:

<http://WWW.Freevibe.com> , <http://WWW.TheAntiDrug.com>

که متعلق به برنامه ملی مبارزه رسانه ای علیه موادمخدر برای جوانان هستند، نوجوانان را به تحلیل نقادانه سایت های طرفدار موادمخدر تشویق کرده است. معلم ها می توانند تحلیل سایت های اینترنت را همراه آموزش بهداشت ارائه دهند تا توانایی دانش آموزان برای ارزیابی اطلاعات و عقاید در مورد استفاده از مواد مخدر تقویت شود.

استدلال

در اصل هر کس می تواند به شیوه ای نامنظم و کنترل نشده اطلاعاتی روی اینترنت قرار دهد . بنابراین، میزان خطر برای نوجوانی که بدون هدایت ، مشغول جستجو در اینترنت است و ممکن است به اطلاعات بالقوه مضر برخورد کند ، بسیار بالاست . ارزیابی که از سایتها ی مربوط به موادمخدر به عمل آمد نشان داد که هزاران سایت اینترنتی وجود دارند که استفاده از موادمخدر را اشاعه می دهند . به میزان محدودتری ، فرد می تواند مواد مخدر (غیر قانونی) را از طریق اینترنت خریداری نماید . احتمالاً از آن هم خطرناک تر پیام هایی است که توسط سایت های مربوط به مواد مخدر ارا یه می شوند . منابع بی شماری استفاده از مواد مخدر (غیر قانونی) را به عنوان سر گرمی، مدیا . ایمنی تبلیغ می کنند .

هر چند استفاده از اینترنت به عنوان بخشی از رسانه های خانگی در بین نوجوانان به شدت فزونی یافته است ولی تحقیقات نسبتاً اندکی در این مورد که چگونه می توان به نوجوانان کمک کرد به متفکرانی منتقد در رابطه با کیفیت و محتوای پیام های موجود در اینترنت تبدیل شوند ، وجود دارد .

ارزیابی نیازها

گروهی از نوجوانان وجود دارند که بخصوص در معرض خطر هستند که اصطلاحاً جستجوگران لذت نامیده می شوند . اینها افرادی هستند که به دنبال هیجان و فعالیت هایی هستند که نو و ماجراجویانه باشد . به دلیل تمایل به این که اولین استفاده کننده باشند این

گروه از نوجوانان همانهایی هستند که بیشترین نگرانی در مورد استفاده از مواد مخدر در سن پایین در مورد آنها وجود دارد.

یکی از بزرگ ترین چالش هایی که در اینترنت وجود دارد نه صرف تکثیر

اطلاعات در سایت های طرفدار مواد مخدر بلکه حمایت از مصرف این مواد توسط کسانی

است که چت می کنند. پیام هایی مانند مورد زیر در همه جای اینترنت یافت می شوند

. این همان نوع اطلاعاتی است که ممکن است یک نوجوان طالب لذت به دنبال آن باشد.

این توضیحات که مربوط به سایت مشهور)

(HYPERLINK) <http://WWW.Chkclick.com> و مخصوص دختران نوجوان

است، استفاده از مواد مخدر را طبیعی جلوه می دهد:

پارتی های شبانه ساعت بهترین جا برای رفتن هستند چون همیشه تعداد زیادی

آدم اونجاست ، موسیقی عالی و از همه بهتر این که همه از اکستازی استفاده می کنند.

یک مطالعه توسط ONDCP در مورد فرهنگ مواد مخدر در اینترنت نتایج زیر را به

دست داد:

● استفاده از مواد به عنوان سرگرمی ، مد و یک فعالیت بی خطر در اینترنت معرفی می

شود .سایت های برجسته ای مانند لیکائوم ([lycaeum](http://www.lycaeum.com))

و هایپررئال (Hyperlink) <http://www.hyperreal> بهترین موتورهای جستجو در

مورد کلید واژه مواد مخدر هستند.

● سایت های اینترنتی مرتبط به هم , امکان دسترسی به هزاران لینک در مورد فرهنگ مواد مخدر و سایت های وسایل جانبی را فراهم می آورند.

● اطلاع رسانی در مورد استفاده از مواد مخدر و ساخت آن به سرعت در حال رشد است.

ملاحظات

در بین نوجوانان کم سن و سال نوعی ناسازگاری بین تصویری که نوجوانان از خود به عنوان مصرف کنندگان شکاک دارند و عادات واقعی خرید آن ها وجود دارد . یعنی، نوجوانان این ایده را که آن ها هدف فروشندگان هستند , دوست ندارند ولی در عین حال یکی از بزرگ ترین گروه های خریدار را تشکیل می دهند . هرگونه مداخله آموزش رسانه ای برای این گروه باید بر معرفی مفاهیم هدف گیری , نشان گذاری و تبلیغ متمرکز باشد.

زیر گروه های پرخطری مانند جستجو گران لذت نیاز به مداخله اختصاصی دارند که به صورت عام در مورد سایر نوجوانان به کار نمی رود . در این گونه مداخلات باید بر تجاری شدن موسیقی و سایر رسانه ها تاکید و در عین حال واقعیت های فرهنگی این گروه سنی به رسمیت شناخته شود (یعنی موسیقی و سایت های اینترنتی که آن ها دوست دارند و متعلق به نسل آن هاست) . مداخلات خاص آموزش رسانه ای باید شامل بحث هایی در مورد این پرسش ها باشد:

چرا کسی باید این اطلاعات را روی اینترنت قرار دهد؟ از نشان دادن آن به تو چه نفعی می برند؟ و چه راهنماهایی نشان می دهند که نویسنده این پیام منبع قابل اعتمادی است؟

مخاطبین هدف

نوجوانان سنین ۱۴ تا ۱۸ ساله ای که طیفی از محتویات اینترنت را بررسی کرده و می توانند از مهارت هایی برای تمایز قایل شدن بین پیام های متفاوت منتفع شوند . این مخاطبین هدف هم در مدارس و هم در چهارچوب آموزش بهداشت و فناوری کامپیوتر و از طریق سایتهای اینترنتی مورد علاقه جوانان قابل دسترس هستند.

نکات مربوط به رشد

- طی سال های دبیرستان ، نوجوانان شناسه های متعددی را از طریق هم ذات پنداری گروهی امتحان می کنند . متعلق بودن به یک گروه ممکن است منجر به فشارهایی برای اتخاذ عقاید و نقطه نظرهای خاص شود که با ارزش های خانواده در تعارض بوده و با مهارت های استدلالی و تحلیلی ناسازگاری داشته باشند.
- الگوهای استفاده رسانه ای به صورت عادت و عادی در می آیند به خصوص برای مقاصد تعامل اجتماعی ، تحریک جنسی، رویا پردازی و فرار.
- کنترل خلق به صورت کانون توجه خاص نوجوانانی در می آید که اغلب از موسیقی ، بازی های ویدیویی ، تماشای تلویزیون یا اینترنت برای تغییر مسیر، تفسیر یا مخفی کردن احساسات و عواطف پیچیده خود استفاده می کنند.

زمینه ها

چهارچوب های کلاسی برای مداخلات آموزش رسانه ای مربوط به اینترنت را می توان در رشته های مختلف از جمله هنرهای زبانی، آموزش بهداشت، مطالعات اجتماعی و یا دوره های فناوری ادغام کرد. سایر چهارچوب ها شامل برنامه های اجتماعی پس از ساعات مدرسه که توسط سازمان های جوانان اجرا می شوند، اردوهای تابستانی و غیره می باشند.

توصیه ها

فعالیت های مداخله گرایانه متعددی برای آموختن طرز ارزیابی اطلاعات مربوط به مواد مخدر در اینترنت به مخاطبین نوجوان وجود دارد. مواد درسی شامل فهرستی از سایت های کنترل شده ای است که آموزش دهندگان می توانند پیشاپیش آنها را بررسی کنند تا مطمئن شوند دانش آموزان در معرض اطلاعات ناسالم مربوط به مواد مخدر نخواهند بود. پیام های کلیدی برای این مخاطبین عبارتند از:

- چیزی به نام پیام بدون نقطه نظر وجود ندارد.
- برخی اتاق های چت حاوی اطلاعات غلط در مورد مواد مخدر هستند. مردم ممکن است خواسته یا ناخواسته اطلاعات نادرست به این سایتها به فرستند.

● شما می توانید با تحلیل آگاهانه این که چه کسی پیامها را می فرستد و با چه انگیزه ای این کار را می کند تصمیمات بهتری اتخاذ کنید.

● برخی اطلاعات در رابطه با مواد مخدر توسط افرادی ارایه می شوند که می خواهند لوازم استعمال مواد مخدر را فروخته یا از این طریق پول به دست آورند.

● برخی افراد به این دلیل پیا مهای مثبت در رابطه با مواد مخدر می فرستند که مشکلات جدی دارند و تلاش می کنند تصمیمات نادرست خود را منطقی جلوه دهند.

● برخی مردم به این دلیل پیا مهای مثبت در رابطه با مواد مخدر می فرستند که مشغول امتحال کردن تصویری هستند که از نظر خودشان مناسب است با این که از عواقب منفی استفاده از مواد مخدر آگاهی نداشته یا به آن اهمیتی نمی دهند.

● برخی سایت های اینترنتی واقعا جذاب به نظر می رسند ولی توسط افرادی بدون تخصص ایجاد می شوند : شما باید به دقت به محتویات آن ها نگاه کنید تا ببینید آیا یک سایت اینترنتی معتبر است یا نه.

● بحث کنید : آیا نقطه نظر ارایه شده در سایت , قابل قبول به نظر می رسد ؟ از چه تکنیک هایی برای افزایش اعتبار و مقبولیت سایت استفاده می شود ؟ چگونه متوجه می شوید اطلاعات داده شده دقیق است یا خیر ؟

نمونه هایی از فعالیت های اختصاصی می تواند شامل موارد زیر باشند :

● راهبردهایی برای شناسایی مولف سایت اینترنتی یا پیا مهای اتاق چت پیدا کنید.

● دو نقطه نظر متفاوت در مورد ماری جوانا را با هم مقایسه و مقابله کنید. سایت های

مشوق استفاده از ماری جوانا و نیز سایت هایی که استفاده از آن را تقبیح می کنند، پیدا

کنید. مولف چگونه نقطه نظر خود را نشان می دهد؟ چه چیز انگیزه ایجاد سایت توسط

مولف بوده است؟

● یک یا دو حقیقت یا پندار نادرست (مانند شایعات، داستان های ناقص در مورد عواقب

بهداشتی یک ماده مخدر) در مورد استفاده از مواد مخدر (غیر قانونی) را ارایه دهید و از

دانش آموزان بپرسید این قبیل موارد با چه فراوانی در سایت های اینترنتی ارایه می

شوند؟ کدامیک شایع تر است؟ حقیقت یا پندار نادرست؟

● نمونه هایی از مشاهیر و شخصیت های خیالی را که از مواد مخدر استفاده کرده اند،

پیدا کنید. عواقب کار آن ها چه بود؟

● نوعی بازی مشابه سازی اعتیاد توسط نوجوانان به وجود آورید که خطرات و آثار منفی

استفاده از مواد مخدر بر تمام جنبه های زندگی آن ها را مورد تاکید قرار می دهد.

راه پیشرو

کارشناسان در پاسخ به س والی در مورد آینده آموزش رسانه ای خاص پیش گیری از

اعتیاد، پاسخ می دهند که موفقیت در این زمینه بستگی دارد به تلاش برای:

(۱) حمایت از آموزش دهندگان و دست اندر کاران.

۲) آموزش تصمیم گیرندگان.

۳) سرمایه گذاری در زمینه تحقیقات.

حمایت از دست اندرکاران

حمایت از دست اندرکاران باید شامل فراهم آوردن دسترسی به مواد آموزشی مناسب و نیز آموزش پایدار و فرصت های ایجاد رهبری باشد. اهداف خاص در این مورد عبارتند از:

● برقراری برنامه های درسی خاص مواد مخدر (غیر قانونی) با تمرکز بر اینترنت و موسیقی جهت تکمیل مواد درسی موجود. این گونه موارد را از طریق اینترنت در اختیار آموزش دهندگان قرار دهید.

● یک ارزیابی از آموزش دهندگان بهداشتی که در حال استفاده از مواد آموزشی مربوط به آموزش رسانه ای هستند به عمل آورید تا با استفاده از آن اهدافی برای مواد درسی خاص پیشگیری از مواد مخدر در نظر بگیرید که برای آموزش دهندگان بیشترین فایده را داشته باشند.

● شایع ترین و موثرترین مواد درسی آموزش رسانه ای در رابطه با الکل را شناسایی کرده و یک جزء مربوط به مواد مخدر (غیرقانونی) را در ویرایش های جدید بگنجانید.

● مفاهیم آموزش رسانه ای را با مواد درسی پیشگیری از اعتیاد مانند پروژه آلت و مهارت های زندگی ادغام کنید.

● مواد آموزش رسانه ای را از طریق ناشرین کتاب های آموزشی در منزل فراهم کنید.

● یک دروازه اینترنتی ایجاد کنید تا به دست اندرکاران امکان دسترسی آسان به مواد درسی آموزش رسانه ای با کیفیت و برنامه های درسی خاص مواد مخدر (غیرقانونی) را بدهید.

● منابع احتمالی تجهیزات رسان های و بودجه برای حمایت از برنامه های تولید رسانه ای را در اختیار آموزش دهندگان قرار دهید . محل هایی مانند سایت های اینترنتی را برای نمایش پروژه های رسانه ای جوانان ایجاد کنید.

● با میزبانی مجموعه ای از موسسات آموزشی در زمینه آموزش رسانه ای منطقه ای برای معلم هایی که از نظر آکادمیک از اعتبار برخوردارند نوعی شان رهبری در این زمینه ایجاد کنید.

آموزش تصمیم گیرندگان

تصمیم گیرندگان کلیدی عبارتند از رهبران آموزشی ، مدیران مدارس و نیز مسوولین ایالتی و فدرال که حمایت و منابعی برای ایجاد افکار و رویکردهای تازه به آموزش پیشگیری از اعتیاد فراهم می کنند. این افراد در رشد این زمینه کاری و توسعه کاربرد

آموزش رسانه ای هم در کلاس درس و هم در محل های گردهمایی غیر سنتی نقش

حیاتی ایفا می کنند . افکار خاص برای ایجاد حمایت در میان این افراد عبارتند از:

- جلب تایید مواد آموزشی برای آموزش رسانه ای توسط سازمان های آموزش و

پرورش ایالتی.

- انطباق برنامه های آموزشی رسانه ای برای حمایت از رهنمود های موجود در

مواد درسی آموزشی ایالتی.

- برگزاری سمینارهایی در مورد آموزش رسانه ای به عنوان ابزار پیشگیری از

اعتیاد در حاشیه کنفرانسهای ملی پیشگیری.

- همکاری با سازمان های فدرال مربوطه در رابطه با فرصت های پیشبرد آموزش

رسانه ای.

- استفاده از اجتماعات خاص که برای دخالت در آموزش رسانه ای خاص

مواد مخدر (غیر قانونی) آمادگی دارند ، مانند اجتماعات ایمانی و عدالت جوانان.

پیشنهادهایی برای استفاده از یک اجتماع ایمانی:

شناسایی معیارهایی برای ادغام رسمی محتوای آموزش رسانه ای در برنامه های

آموزشی ایمانی.

فراهم سازی آموزش مواد درسی آموزش رسانه ای برای رهبران جوانان و بزرگسالان در

کنفرانس های سازمان های ملی ایمانی.

توزیع مطالبی در مورد آموزش رسانه ای به ناشرین کتاب های ایمانی.
الزام مدارس علوم دینی و سایر موسسات روحانی و مددکاران جوانان به گنجاندن آموزش پیشگیری از اعتیاد به مواد و آموزش رسانه ای در تکلیف اجباری.
اعطای بورس برای فراهم سازی آموزش اضافی جهت مددکاران جوانان و روحانیون در زمینه آموزش رسانه ای و پیشگیری از اعتیاد به مواد.
برگزاری جلسات ملی یا منطقه ای مذاهب مختلف در سالن اجتماعات شهرداری ها برای بحث در مورد فرصت های آموزش رسانه ای.

پیشنادهایی برای استفاده از اجتماع عدالت مربوط به جوانان

- کارکنان را در زمینه عدالت مربوط به جوانان آموزش دهید تا از مداخلات آموزش رسانه ای در تعلیم جوانان و برنامه های مهارت های زندگی استفاده کنند.
- از گروههای شاهد و افسران مسوول اصلاح زندانیان برای بحث در مورد استفاده از رسانه ها در دارالتأدیبهها استفاده کنید.
- آموزش رسانه ای و پیشگیری از مصرف مواد مخدر (غیرقانونی) را با برنامه های موفقیت آمیز باز پروری، شامل برنامه های مراقبت بعد از درمان اعتیاد ادغام کنید.

سرمایه گذاری روی تحقیقات

بالاخره، نیاز فراوانی برای تحقیقات در مورد نحوه کارآیی مداخلات آموزش رسانه ای و این که چگونه مهارت هایی که در نتیجه آموزش رسانه ای ایجاد می شوند بر انتخاب جوانان در مورد مواد مخدر (غیر قانونی) و سایر رفتارهای پر خطر تاثیر می گذارند وجود دارد.

اولویتهای خاص تحقیقات عبارتند از:

- ارزیابی طولی میدانی برای بررسی تاثیر آموزش رسانه ای بر رفتارهای بهداشتی.
- اطلاعات به دست آمده از مطالعه مواردی که انجام برنامه و راهبردهایی برای ناپایداری برنامه ها در طول زمان را به اثبات می رساند.
- اتخاذ رویکردهای بهتر برای سنجش این که چگونه فعالیت های تولید رسانه ای و فرصتهایی برای بیان خلاقانه خود بر میزان انعطاف پذیری جوانان در خطر تاثیر می گذارند.
- شواهد رشدی بهتر در مورد این که چگونه دانش و نقطه نظرات مربوط به استفاده از مواد مخدر، عواطف، تجربیات زندگی و مهارت های استدلال شناختی مانند آموزشی رسانه ای برای تغییر رفتار جوانان با یکدیگر تعامل می کنند.
- تحقیق در مورد مواد درسی تست شده برای تعیین اثر آموزش توسعه کارکنان بر استفاده از موفقیت برنامه های آموزش رسانه ای.

صرف نظر از این که جوانان ما چه تعداد پیام های ضد مواد مخدر دریافت می کنند ، رشد تصاعدی عصر اطلاعات ، موقعیتی به وجود می آورد که در آن دانش و ارتباطات متقاعد کننده دیگر به خودی خود کافی نیست . جوانان به مهارت های راهبردی برای ارزیابی اطلاعاتی که از منابع مختلف می آیند و اخذ تصمیمات مناسب نیاز دارند . یک بعد مهم حفظ یک سبک سالم و بدون مواد مخدر زندگی ممکن است مستلزم توانایی برای پرسیدن سوالاتی در مورد آنچه تماشا می کنید ، می بینید و می خوانید باشد . آموزش رسانه ای نماینده روش موفقی در پیشگیری است که فرصت هایی ارایه می دهد که ممکن است به جوانان برای مقاومت در برابر پیام های منفی ، مشوق خطر کردن ، ارضای فوری و تغییر خلق آنی که محیط فرهنگی ما را شدیداً منحرف کرده اند کمک کند .

تفکر انتقادی در مورد پیام های رسانه ای که مشوق روابط مخرب ، تهاجم و خشونت ، استفاده از مواد مخدر و رفتار جنسینا مناسب هستند می تواند به جوانان کمک کند ، تمامی ادراکات خود را شناخته و آن ها را کنترل کنند . در نهایت این شیوه ممکن است نیرومندترین ابزار مبارزه با مواد مخدر باشد .

پرسشهای تحقیق

۱. شهروندان چه تصویری از قاچاقچی و معتاد در ذهن دارند؟
۲. تصویر ذهنی آنها تا چه حد به واقعیت نزدیک است؟
۳. شهروندان مشهودی تا چه حد در مورد اعتیاد و قاچاق آشنا هستند؟

۴. احساس پاسخ گویان در مورد قاچاقچی و معتاد چیست؟

جامعه آماری و حجم نمونه

شهروندان مشهدی ساکن در مناطق چندگانه مشهد که سنشان ۱۶ سال و بیشتر است، جامعه آماری این نظرسنجی ها را تشکیل داده اند. با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای ۱۵۶۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب افراد نمونه در انتخاب نهایی با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند.

روش تحقیق

روش تحقیق در این نظرسنجی ها، روش پیمایشی است. برای سنجش افکار عمومی معمولاً از این روش استفاده می شود و با مراجعه به افراد مورد سنجش با روش مصاحبه از آنان سوالاتی در قالب پرسش نامه پرسیده می شود. در این روش، پرسش نامه معمولاً بهترین ابزار جمع آوری اطلاعات است. پس از جمع آوری اطلاعات، کار کدگذاری و استخراج داده ها انجام می شود و داده ها با استفاده از برنامه SPSS پردازش و نتایج در قالب جداول یک بعدی و دو بعدی، ارایه و تحلیل می شوند.

پیشینه پژوهش

بررسیها نشان می دهند که موادمخدر در همه زندان های دنیا وجود دارد و مصرف می شود، به طوری که دولت ها را به چالش و مبارزه با این پدیده خطرناک مجبور ساخته است. موادمخدر علاوه بر حاکم نمودن شرایط اضطراری و ناهنجار بر اداره زندان ها، مشکلات بهداشتی و رفتارهای خطرناک و تسلط باندهای تبهکار و خشن، رشوه، فساد و شورش را در زندان ها فراهم کرده است (کسل و برشتین ۲۰۰۱، گراوت، ۱۹۹۹، میلانی ۱۳۷۹). گاه چنین تعبیر و تفسیر شده است که مدیران و پزشکان زندان ها از طریق موادمخدر زندان را کنترل می کنند و این سوء تعبیر، ناشی از حضور دائم مواد مخدر در زندان ها است (راجر و فرانسیس^۱، ۱۹۹۶). زندانیانی که مواد افیونی مصرف می کنند ۴ تا ۶ برابر بیشتر مرتکب جرم می شوند (هارل^۲ ۲۰۰۱). هر سال در زندان ها خطر تزریق مواد ۱۷ درصد افزایش یافته و در مورد زندانیانی که دارای محکومیت قبلی به خاطر موادمخدر هستند، این خطر به ۲ برابر افزایش می یابد. بین ۵ تا ۷۰ درصد جمعیت زندان ها در سراسر اروپا مربوط به افرادی است که موادمخدر مصرف کرده اند و به مصرف مواد در زندان ها ادامه می دهند (موسکات^۳، ۱۹۹۹، جونز^۴، ۱۹۹۹). پژوهشی که در آمریکا انجام شد (بری و مارسدن، ۱۹۹۹) نشان می دهد که حدود ۵۴ درصد از زندانی های بزرگسال، یک سال قبل از دستگیری، برخی موادمخدر را استفاده کرده اند. همچنین به همین میزان اعلام کرده اند که یک ماه قبل از دستگیری مصرف موادمخدر داشته اند. در همین پژوهش آمده است که ۳۷/۳ درصد قبل از دستگیری هر روز یا غالب روزها مواد مصرف می کردند.

پژوهش دیگری که بر روی تعداد ۴۳۵۰۰ نفر از نوجوانانی که در سی و پنج منطقه از شهرهای بزرگ دستگیر شده بودند، انجام شد، نشان داد که نصف این افراد، هنگام دستگیری دارای آزمایش مثبت در مصرف موادمخدر بودند. این روند در بزرگسالان هم دیده می شود. موسسه ملی دادگستری^۱ آمریکا اعلام کرد در سال ۱۹۹۶ در بین دستگیرشدگان ۲۱ تا ۳۰ ساله، ۴۶ درصد مردان و ۳۶ درصد زنان دارای آزمایش مثبت بودند. در سال ۱۹۹۷، سی و سه درصد از زندانیان ایالتی و ۲۲ درصد از زندانی های فدرال اعلام کردند، در آخرین

۱- Roger and Francis

۲-Harel

۳-Muscat

۴-Jones

جرمی که مرتکب شدند، تحت تاثیر موادمخدر بوده اند (به نقل از کسل و برشتین ۲۰۰۱ ، پرندرگاست و ولیش^۲، ۱۹۹۶). در کشورهای اروپایی نیز تحقیقات مشابه نشان می دهد، مصرف موادمخدر در جمعیت زندان ها قبل و بعد از دستگیری شایع است (موسکات، ۱۹۹۹، جونز، ۱۹۹۹، کینی^۳، ۱۹۹۶). در استونی^۴ ۳۱/۵ درصد از جوانان قبل از دستگیری، مواد مصرف کرده اند. در این کشور در سال ۱۹۹۹ از ۵۵ زندان نوجوانان، ۷/۱۲ درصد از نوجوانان قبل از دستگیری مواد مصرف می کردند و ۱۴/۵ درصد معتاد بودند. در فرانسه ۳۲ درصد زندانیان مورد مطالعه، یک سال قبل از دستگیری مواد

مصرف می کردند و ۶/۲ درصد تزریقی بودند. در ایرلند ۵۷ درصد زندانیان قبل از دستگیری، مصرف کننده مواد بودند ۳۸. درصد به خاطر مصرف مواد زندانی شدند ۶۶. درصد جرایم در پایتخت ایرلند توسط افراد شناخته شده ای که معتاد سابقه دارند انجام شده بود. در آلمان برآورد شده است، در بین ۴۰ تا ۷۰ درصد زندان ها مصرف موادمخدر شیوع دارد.

پس از انقلاب اسلامی که مصرف موادمخدر ممنوع شد، دستگیری وسیع معتادین و خرده فروشان و قاچاقچیان آغاز شد. شرایط زندان ها را بیش از پیش مستعد مصرف موادمخدر کرد. در این شرایط، معتادین دستگیر شده، با متادون^۱ تحت

۱. National Institute of Justice

۲. Prendergast and Weellish

۳. Kinny

۴. Estonia

درمان قرار گرفتند. به تدریج قرص متادون در زندان ها به صورت قاچاق، خرید و فروش می شد. برای جلوگیری از خرید و فروش دارو، دستور داده شده که قرص در آب حل شده و در حضور مامور مراقب، مصرف شود. با این حال، برخی از زندانیان مجدداً آن را جمع آوری و پس از تبخیر آب آن، به صورت پودر، نگهداری و به فروش می رساندند.

در تحقیقی دیگر (صالح صدق پور، ۱۳۷۷) که در خصوص رابطه بین جرایم موادمخدر و سایر جرایم انجام شده، معلوم شد، جرایم مربوط به موادمخدر با جرایم مالی، عبور غیر مجاز از مرز، تخریب، سرقت، شرارت و منکرات در ارتباط است. در گزارش زندان هایی که دارای بندهای مشاوره هستند، آمده است (دبیرخانه شورای برنامه ریزی و مدیریت بهداشت روان و اصلاح رفتار زندان ها، ۱۳۸۰) مصرف و تزریق موادمخدر و رفتارهای پرخطر کاهش یافته و سلامت زندانیان این بندها در مقایسه با بندهای دیگر، به طور معنی داری بیشتر است.

بررسی ها نشان می دهد که آلودگی به ویروس HIV در میان تزریق کنندگان موادمخدر که دارای رفتارهای پرخطر دیگر مانند ارتباط جنسی بدون استفاده از وسایل پیشگیری، داشتن چندین شریک جنسی، خالکوبی، استفاده مشترک از سرنگ هستند، بیشتر از افراد دیگر است.

۱. Methadone

اهداف پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف کلی و اهداف فرعی به شرح زیر

ساماندهی شده است:

الف) هدف کلی

تعیین میزان شیوع سوء مصرف مواد مخدر در بین زندانیان و نیروهای انسانی مراقب در زندان های کشور .

ب) اهداف فرعی

۱. تعیین شیوع سوء مصرف موادمخدر به تفکیک
۲. ویژگی های دموگرافیک مهم مانند، سن، جرم، نوع بند، سابقه و مدت محکومیت، شغل، تاهل و تحصیلات آنان.
۳. تعیین توزیع نوع ماده مخدر و روش مصرف
۴. تعیین درصد وجود رفتارهای پرخطر در بین مصرف کننده موادمخدر (تزریق مشترک).
۵. تعیین شیوع اختلالات روانی همراه با سوء مصرف موادمخدر.
۶. تعیین میزان آگاهی و نگرش نیروهای انسانی مراقب از سوء مصرف موادمخدر.
۷. تعیین دسترسی افراد به مواد مخدر .

روش تحقیق

این پژوهش که یک مطالعه توصیفی^۱ است، به بررسی همه گیرشناسی^۲ سوءمصرف مواد در زندان های ایران می پردازد و دارای دو قسمت کمی و کیفی است و به روش مقطعی^۳ انجام گرفته است.

۱- ابزار و روش مطالعه کیفی / اکتشافی^۴

در این روش، پرسش نامه های تفصیلی به منظور مصاحبه با چهار گروه تنظیم شد. این گروه ها شامل مردان زندانی (با جرایم موادمخدر و سایر جرایم)، زنان زندانی (با جرایم موادمخدر و سایر جرایم)، مراقبان زندان ها و افراد کلیدی از مسوولین زندان ها (رییس زندان، معاون زندان، مدیر داخلی، رییس اندرزگاه موادمخدر، رییس بهداری، روان پزشک، مددکار اجتماعی با تجربه، روان شناس و ...) بودند. پرسشگران کیفی قبل از انجام و تکمیل پرسش نامه، یک دوره آموزشی فشرده و کامل را گذراندند. پرسشگری مسوولین کلیدی زندان ها توسط همکاران و مشاوران اصلی طرح اجرا شد.

۲- ابزار پژوهش مطالعه کمی /مقطعی

مطالعه کمی بر روی زندانیان مرد انجام شده و برای جمع آوری اطلاعات پنج ابزار اندازه گیری به شرح زیر تدوین شد:

۲-۱ پرسش نامه مشخصات عمومی و دموگرافیک

۲-۲ پرسش نامه بررسی وضعیت سوء مصرف مواد مخدر

۲-۳ پرسش نامه بررسی آگاهی و نگرش افراد نسبت به سوء مصرف موادمخدر.

۱. Descriptive

۲. Epidemiology

۳. Cross sectional

۴. Qualitative / Exploratory

۲-۴ پرسش نامه SCL - ۹۰ - R، که در این پژوهش نقطه برش ۰/۴ به کار گرفته شده است.

آزمون SCL - ۹۰ - R دارای ۹۰ سوال است و ابعاد زیر در این آزمون مورد بررسی قرار می گیرد: ترس مرضی، پرخاشگری، اضطراب، وسواس و اجبار، حساسیت بین فردی، شکایات جسمانی، روان پریشی، افکار پارانوئیدی و افسردگی. آزمودنی می تواند یکی از پنج گزینه هیچ، کمی، تا حدی، زیاد و خیلی زیاد را با توجه به وضعیت روانی خود انتخاب کند که به ترتیب، نمره های صفر، ۱، ۲، ۳ و ۴ برای هر گزینه محاسبه می شود.

۲-۵ نمونه گیری ادرار از ۱۰ درصد افراد مورد بررسی به منظور آزمایش اعتیاد با روش های غربالی کروماتوگرافی^۱ (رایبید) و تاییدی TLC^۲

۳- جامعه هدف

در مطالعه کمی، کلیه مرد بزرگسال مشهد مدنظر بوده اند. از میان آنان ۱۲۰۰ نفر از مرد بالای ۱۸ سال که بیش از ۱۰۰۰ نفر انتخاب شدند.

در مطالعه کیفی، ۲۰۰ نفر از زندانیان مرد، زندانیان زن، مراقبان زندان ها و افراد کلیدی زندان های هدف، انتخاب شدند.

۱-rapid chromatography

۲-Thin layer chromatography

۴- روش نمونه گیری

افراد مورد مطالعه با روش نمونه گیری چند مرحله ای (خوشه ای و تصادفی منظم) انتخاب شدند. این افراد از زندان های قصر و اوین (در استان تهران) (زندان وکیل آباد مشهد) در استان خراسان (زندان مرکزی کرمان) در استان کرمان (زندان دیزل آباد و بیستون) در استان کرمانشاه (و زندان مرکزی قزوین) در استان قزوین (و در هر زندان از دو بند جرایم موادمخدر و سایر جرایم به صورت تصادفی انتخاب شدند. همچنین در این استان، زندانیان زن، زندانیان مرد، مراقبان و افراد کلیدی برای مطالعه کیفی مورد بررسی قرار گرفتند.

۵-حجم نمونه

با توجه به هدف اصلی، محدودیت های اجرایی و نتایج سایر پژوهش های انجام شده، با اطمینان ۹۵ درصد، دقت برآورد ۵ درصد و استفاده از فرمول محاسبه حجم نمونه برای برآورد نسبت با ($P=0.05$) تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان حجم نمونه در مطالعه کمی برای زندانیان مرد تعیین شد. برای حذف اثر طرح^۳ نمونه گیری خوشه ای با در نظر گرفتن $d.e=1/5$ حجم نمونه ۵۷۸ نفر به دست آمد که برای دقت بیشتر به ۶۰۰ نفر افزایش یافت. همچنین برای تحلیل نتایج به تفکیک نوع زندان ها) جرایم مواد و سایر جرایم (حجم نمونه فوق در) ۲ تعداد گروه های مورد مطالعه (ضرب شد و حجم نهایی برای بررسی کمی زندانیان مرد ۱۲۰۰ نفر به دست آمد که ۱۲۰۱ نفر بررسی

شدند. در مطالعه کمی، زنان به دلیل تعداد کم جامعه مورد بررسی و پایین بودن شیوع سوء مصرف، مورد بررسی قرار نگرفتند. در مطالعه کیفی برای زنان، مردان، مراقبان و افراد کلیدی هر کدام ۵۰ نفر در نظر گرفته شد، لذا تعداد کل نمونه در مطالعه کیفی ۲۰۰ نفر بوده است. و نهایتاً ۲۳۵ نفر مورد بررسی قرار گرفتند. بنابراین حجم کل افراد مورد مطالعه ۱۴۰۰ نفر بود که درخاتمه به ۱۴۳۶ نفر رسید.

۶- روش های آماری

در بخش توصیف نتایج برای متغیرهای کیفی، جدول توزیع فراوانی تشکیل و درصد حالت های آنها مشخص و نمای مشاهدات تعیین شد. برای متغیرهای کمی، علاوه بر تعیین جداول فراوانی و نمای مشاهدات، میانگین، میانه و انحراف معیار داد هها نیز به دست آمد. در بخش تحلیل نتایج برای مقایسه فراوانی مصرف مواد در گروه های مختلف و سایر صفات کیفی از آزمونهای X^2 ، Z و در صورت نیاز FET^۱ استفاده شد. در مطالعه کیفی با تشکیل گروه های تخصصی، استخراج و تحلیل داده ها به صورت جداول و نمودارهای جریانی، تجزیه و تحلیل و خلاصه سازی شد.

۷- ابزار تحلیل داده ها

برای ثبت داده ها در کامپیوتر، ویرایش و پردازش آنها از نرم افزار SPSS، تحت ویندوز (نگارش های ۹ و ۱۰) استفاده شد.

۱- Fisher Exact Test

۸- پرسشگران

کلیه پرسش نامه های کمی و کیفی (به جز پرسش نامه افراد کلیدی) توسط روان شناسان و مددکاران اجتماعی با تجربه زندان ها موردنظر (نمونه) و در بعضی موارد، با کمک دیگر زندان های کشور اجرا شد. با توجه به بررسیهای انجام شده در مرحله پایلوت در مجموع برای ۵ استان تعداد ۸۰ پرسشگر برای ۷۰۵ ساعت کاری به مدت ۱۸ روز تعیین شد. در بین پرسشگران در هر استان حداقل یک نفر پرسشگر زن نیز حضور داشت. پرسش نامه های افراد کلیدی توسط اساتید و همکاران اصلی طرح و یا کارشناسان و متخصصان با تجربه تکمیل شد.

مراحل اجرا

۱- تهیه پرسش نامه ها: در جلسات متعددی که کمیته علمی برگزار کرد، تصمیم بر آن شد که سه گروه زیر، مسوولیت تهیه پرسش نامه ها را به عهده بگیرند.

الف) گروه تدوین پرسش نامه های شیوع سوء مصرف موادمخدر : این گروه پس از جمع آوری اطلاعات لازم درباره پرسش نامه های موجود به ویژه پرسش نامه زندان های کشور پاکستان، طرح اولیه پرسش نامه دموگرافیک و سوء مصرف مواد را تهیه کرد. این پرسش نامه پس از مطالعه توسط اعضای کمیته علمی و بحث گروهی به منظور تعیین اعتبار محتوایی^۱ و صوری^۲ برای اجرا در مرحله پایلوت آماده شد.

ب) گروه تدوین پرسش نامه بررسی آگاهی و نگرش زندانیان : این گروه، پرسش نامه های بسیاری را که در ایران و دیگر کشورها به اجرا درآمده بود، مورد بررسی قرار داد و طرح اولیه پرسش نامه تهیه و به روش فوق اصلاح و پرسش نامه نهایی نوشته شد.

ج) گروه تدوین پرسش نامه های کیفی : این گروه با بررسی پرسش نامه های کیفی موجود، طرح اولیه آن را برای سه دسته از آزمودنی ها شامل زندان ها، مراقبان و افراد کلیدی، تهیه کرد. این پرسش نامه ها پس از اعتباریابی محتوایی و صوری به ۵ نفر از سایر اعضای کمیته علمی داده شد. با اعمال نقطه نظر آنها اصلاحات لازم انجام و پرسش نامه نهایی تدوین شد.

۳- اجرای طرح پژوهشی اصلی^۳ : در جلسات مشترک کمیته اجرایی و کمیته علمی، اجرای عملی طرح، برنامه ریزی شد و سپس با مسوولین استان ها و زندان های موردنظر هماهنگی های اجرایی لازم به عمل آمد. ۸۰ نفر پرسشگر برگزیده و سرپرستان آنها به مدت ۲ روز در مرکز آموزشی و پژوهشی سازمان زندان ها در تهران، توسط اعضای کمیته

علمی، آموزش های لازم را گذراندند. در این دوره آموزشی از نماینده دفتر UNDCP در ایران نیز دعوت به عمل آمد.

در موعد مقرر، گروه پرسشگران هر زندان در محل هایی که از قبل توسط کمیته اجرایی آماده شده بود، مستقر شدند و کار پرسشگری را در زمان تعیین شده انجام داده و در مدت کمتر از ۳۰ روز به پایان رساندند.

-
۱. content validity
 ۲. face validity
 ۳. main

برنامه تکمیل پرسش نامه ها چنان تنظیم شد که حداکثر مسایل امنیتی به منظور عدم افشای برنامه پژوهشی در بین زندانیان رعایت شود. نمونه گیری ادرار نیز در آخرین روز طرح در زندان ها اجرا و در یخچال نگهداری شد. نمونه ادرار جمع آوری شده بلافاصله به ستاد مرکزی در تهران ارسال و از آنجا به آزمایشگاه رفرانس نیروی انتظامی انتقال یافت. اجرای پرسش نامه در هر زندان، هر روز توسط سرپرست گروه بازبینی می شد و در صورت وجود اشکال با هماهنگی پرسشگر مربوطه اصلاح می شد. در هر استان یک یا دو نفر از اعضای کمیته علمی هم به عنوان ناظر و هم برای تکمیل پرسش نامه های کیفی افراد کلیدی حضور می یافتند.

پس از جمع آوری پرسش نامه ها، داده های کمی تحت سرپرستی یکی از اعضای کمیته علمی وارد کامپیوتر شد. پرسش نامه های کیفی نیز در اختیار گروه مطالعه کیفی که سرپرستی آن با یکی از اعضای کمیته علمی بود قرار گرفت. تجزیه و تحلیل اولیه داده ها انجام و پس از طرح در کمیته علمی با توجه به پیشنهادات این کمیته، نتایج و تفسیر نهایی آن تهیه شد.

یافته ها

با توجه به دو نوع بررسی پژوهش، یافته ها در دو بخش جداگانه ارائه می شود؛ یافته های کمی و یافته های کیفی.

الف) نتایج مطالعه کمی

۱ خصوصیات دموگرافیک

در این پژوهش که در دو قسمت کمی و کیفی انجام گرفت، در مجموع ۱۴۳۶ نفر مورد مطالعه قرار گرفتند. از این تعداد ۱۲۰۱ نفر در مطالعه کمی شرکت داشتند (که همگی مرد بودند) و به تفکیک زندان ها و استان مورد نظر در جدول (شماره ۱) آمده است.

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی زندان های بررسی شده در مرحله کمی، طرح

بررسی سوء مصرف مواد مخدر در زندان های ایران، به تفکیک زندان ها و استان، ۱۳۸۱

درصد	تعداد	نام زندان ها	نام استان
۱۶/۶۵	۲۰۰	اوین	تهران
۱۶/۷۴	۲۰۱	قصر	
۲۴/۹	۲۹۹	وکیل آباد	خراسان
۱۳/۲	۱۵۸	دیزل آباد	کرمانشاه
۳/۵	۴۲	بیستون	
۱۵	۱۸۰	کرمان	کرمان
۱۰/۱	۱۲۱	قزوین	قزوین
۱۰۰	۱۲۰۱	جمع	

از کل افراد مطالعه شده در مرحله کمی، ۲/۸۴ درصد (۱۰۱۱ نفر) ساکن شهر و

۱۳/۶ درصد (۱۶۳ نفر) ساکن روستا بوده اند میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۳۴ / ۴۱

سال بود که بیشترین فراوانی ۴۰ / ۷ درصد در گروه سنی ۲۵ - ۳۴ سال مشاهده شد. در

این طرح، سوء مصرف مواد در زندان ها به وسیله پرسش نامه ساختار یافته مورد بررسی

قرار گرفت.

۲- شیوع سوء مصرف مواد افیونی

از بین این ۱۲۰۱ نفر، ۵۴۹ نفر (۴۵٪ / ۷) سابقه مصرف مواد افیونی (تریاک، شیر، هرویین (قبل از ورود به زندان ها را ذکر نمی کنند و ۳/۵۴ درصد ۶۵۲) نفر (سابقه مصرف حداقل یک ماده افیونی را ذکر می کنند که بیشترین فراوانی مربوط به تریاک (۳۶۴ نفر، ۳۰٪ / ۳) درصد) بوده است.

سوء مصرف مواد افیونی در بین این افراد بعد از ورود به زندان توسط ۳۶۹ نفر (۳۰٪ / ۷) درصد (گزارش شده است و مقایسه سوء مصرف مواد افیونی قبل و بعد از ورود به زندان رابطه معنی داری را نشان می دهد ($\chi^2 = 17.87, df = 1, P < .001$).

۳) شیوع سوء مصرف مواد افیونی به تفکیک سن و وضعیت تاهل

جدول (شماره ۲) فراوانی سوء مصرف مواد افیونی پس از زندان را به تفکیک گروه های سنی نشان می دهد که تفاوت معنی داری بین گروه های سنی مشاهده نمی شود ($\chi^2 = 3.67, df = 3, p = .299$).

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی سوء مصرف مواد افیونی پس از ورود به

زندان به تفکیک سن

جمع	ندارد (%)	دارد (%)	سوء مصرف مواد افیونی گروه سنی (سال)

۱۹۶ (۱۰۰)	۱۴۴ (۷۳/۵)	۵۲ (۲۶/۵)	< ۲۵
۴۸۹ (۱۰۰)	۳۴۲ (۶۹/۹)	۱۴۷ (۳۰/۱)	۲۵-۳۴
۳۲۰ (۱۰۰)	۲۱۹ (۶۸/۴)	۱۰۱ (۳۱/۶)	۴۴-۳۵
۱۹۶ (۱۰۰)	۱۲۷ (۶۴/۸)	۶۹ (۳۵/۲)	≥ ۴۵
۱۲۰۱ (۱۰۰)	۸۳۲ (۶۹/۳)	۳۶۹ (۳۰/۷)	جمع

وضعیت سوء مصرف مواد افیونی در زندان ها به تفکیک وضعیت تاهل زندان ها مورد بررسی قرار گرفت که از بین ۱۲۰۱ نفر زندانی بررسی شده، ۳۹۱ نفر (۳۲٪ / ۵) متاهل بودند که ۱۲۶ نفر از آنان (۲/۳۲٪) سوء مصرف مواد افیونی داشتند و ۷۳۱ نفر مجرد (۶۱٪) بودند که در بین آنها نیز ۲۹ درصد (۲۱۲ نفر) سوء مصرف مواد افیونی داشتند. از ۷۹ نفر باقی مانده ۳۱ نفر (۳۹٪ / ۲) سوء مصرف مواد افیونی را ذکر کرده اند. به طور کلی، بین وضعیت تاهل و سوء مصرف مواد افیونی رابطه معنی داری دیده نشد

$$(x^2 = 4/125, df = 2, p = 0/127)$$

۴- شیوع سوء مصرف مواد افیونی بر حسب میزان تحصیلات

این زندانی ها از نظر سطح تحصیلات نیز مورد بررسی قرار گرفته اند که نتایج فراوانی سوء مصرف مواد افیونی بر حسب سطح تحصیلات در جدول (۳) آمده است. بین سطح سواد و سوء مصرف مواد افیونی نیز رابطه های مشاهده نشد

$$(x^2 = 1/828, df = 3, p = 0/609)$$

جدول ۳: توزیع فراوانی سوء مصرف مواد افیونی به تفکیک سطح تحصیلات زندانیان

جمع	ندارد (%)	دارد (%)	سوء مصرف مواد
			افیونی سطح سواد
۲۳۸ (۱۰۰)	۱۶۷ (۷۰/۲)	۷۱ (۲۹/۸)	بی سواد
۲۹۶ (۱۰۰)	۲۰۳ (۶۸/۶)	۹۳ (۳۱/۴)	ابتدایی

۴۰۵ (۱۰۰)	۲۷۳ (۶۷/۴)	۱۳۲ (۳۲/۶)	راهنمایی
۲۶۲ (۱۰۰)	۱۸۹ (۷۲/۱)	۷۳ (۲۷/۹)	دیپلم و بالاتر
۱۲۰۱ (۱۰۰)	۸۳۲ (۶۹/۳)	۳۶۹ (۳۰/۷)	جمع

۵- شیوع سوء مصرف مواد افیونی به تفکیک نوع جرم و بند

سابقه مصرف مواد افیونی در زندان ها به تفکیک نوع جرم زندانی مورد بررسی قرار گرفت که در جدول ۴ به طور خلاصه مشاهده می شود و تفاوت بین سوء مصرف مواد افیونی برحسب جرم معنی دار نبود ($\chi^2 = 1/71, df = 1, p < .0/19$).

جدول شماره ۴: فراوانی سوء مصرف مواد افیونی در میان زندانیان برحسب نوع جرم

جمع	ندارد (%)	دارد (%)	سوء مصرف مواد افیونی نوع جرم
۶۰۴ (۱۰۰)	۴۰۸ (۶۴/۶)	۱۹۶ (۳۲/۴)	مواد مخدر

۵۹۴	۴۲۲	۱۷۲	سایر جرایم
(۱۰۰)	(۷۱/۱)	(۲۸/۹)	
۱۱۹۸	۸۳۰	۳۶۸	جمع کل
(۱۰۰)	(۶۹/۳)	(۳۰/۷)	

همچنین اطلاعات مربوط به سوء مصرف مواد افیونی در بین زندانیان بندهای مختلف نیز جمع آوری شد. اطلاعات ۱۱۶۰ نفر از آنان کامل بود که در جدول (شماره ۵) آمده است.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی سوء مصرف مواد افیونی در زندان ها

برحسب نوع بند

جمع	ندارد (%)	دارد (%)	سوء مصرف مواد افیونی بند
۲۸	۱۹	۹	موقت
(۱۰۰)	(۶۷/۹)	(۳۲/۱)	
۵۶	۳۷	۱۹	جوانان
(۱۰۰)	(۶۶/۱)	(۳۳/۹)	
۱۲۰	۷۸	۴۲	چک
(۱۰۰)	(۶۵)	(۳۵)	
۲۶۴	۱۶۸	۹۶	مواد
(۱۰۰)	(۶۳/۶)	(۳۶/۴)	

۳۵۵ (۱۰۰)	۲۴۶ (۶۹/۳)	۱۰۹ (۳۰/۷)	جرایم عمومی
۳۳۷ (۱۰۰)	۲۵۱ (۷۴/۵)	۸۶ (۲۵/۵)	سایر
۱۱۶۰ (۱۰۰)	۷۹۹ (۶۸/۹)	۳۶۱ (۳۱/۱)	جمع کل

بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق با دو بررسی کمی و کیفی، تعداد ۱۴۳۶ نفر مورد مطالعه قرار گرفتند. بر اساس بررسی کمی ۳/۵۴ درصد زندانیان مرد، سابقه مصرف حداقل یک نوع ماده افیونی (تریاک، شیره و هرویین) را قبل از دستگیری ذکر کردند که بیشترین سابقه مربوط به مصرف تریاک (۳/۳۰٪) بوده است. در مورد سوء مصرف مواد افیونی پس از ورود به زندان نیز ۷/۳۰ درصد گزارش مصرف را تایید کردند. مقایسه شیوع سوء مصرف قبل و بعد از زندان، کاهش معنی داری را نشان می داد ($p = ۰/۰۰۱$). از طرف دیگر، هیچ یک از مصاحبه شوندگان در مصاحبه کیفی، منکر وجود مواد مخدر در بندها نشده اند که این مطلب با شیوع سوء مصرف مواد در داخل زندان ها انطباق دارد و افرادی که به این پرسش ها پاسخ داده اند، شیوع سوء مصرف را بین ۳۰ تا ۷۰ درصد برآورد کرده اند که آمار شیوع سوء مصرف تایید شده با حداقل برآورد، برابری می کند. همچنین در مصاحبه

کیفی، بیشترین فراوانی نوع ماده مصرفی در زندان ها ابتدا تریاک و سپس هرویین برآورد شده که با گزارش های کمی تقریباً تطبیق دارد.

مطالعه ای که طی سال های ۵-۱۹۹۴ بر روی ۱۰۰۹ زندانی در انگلستان و ولز^۱ در مورد سوء مصرف مواد در زندان ها به عمل آمده نشان داد که حداقل یک سوم زندانیان سابقه سوء مصرف مواد را در طول زندگی دارند، که ۲۲ درصد آنها سابقه تزریق خارج از زندان داشتند و فقط ۲ درصد آنها تزریق مواد مخدر در زندان را گزارش کردند که در مقایسه با نتایج حاصل از مطالعه ما، شیوع گزارش شده در ایران، بیشتر است که شاید به دلیل تفکیک جنسی مرد و در نظر گرفتن ۳ نوع ماده مخدر افیونی با هم در مطالعه ایران باشد که موجب افزایش میزان شیوع در نتایج شده است.

۱. Wales

مطالعه ای که توسط برد و همکارانش در سال ۱۹۹۷ انجام شد، نشان می دهد که ۵۱ درصد زندانیان در ۴ هفته گذشته، سوء مصرف مواد (تزریق هرویین) داشته اند که در مقایسه با آمار کلی به دست آمده، سوء مصرف مواد در زندان های ایران تقریباً یکسان است، البته نکته مهم این است که نوع ماده مصرفی در زندان های بررسی شده در انگلستان، هرویین تزریقی بوده است در حالی که در مطالعه زندان های ایران، بخشی از آمار ۵۴/۳ درصدی، شامل تزریق هرویین می شود.

مطالعه بلیس^۱ و همکارانش در سال ۱۹۹۷ در زندان های انگلستان نشان می دهد که ۱۶/۴ درصد زندانیانی که سابقه زندان و اعتیاد داشته اند، پس از گرفتاری در زندان، سوء مصرف مواد تزریقی داشته اند. البته از این گروه ۳۱/۵ درصد قبلاً تزریق مشترک داشته اند که در زندان به ۵۵/۶ درصد افزایش یافته است. درصد پایین سوء مصرف در این مطالعه در مقایسه با بررسی حاضر و سایر مطالعات، می تواند به دلیل محدود بودن مطالعه از نظر تعداد و حجم نمونه و همچنین محدود بودن مطالعه به یک نوع ماده مخدر (هرویین تزریقی) باشد. لیکن کاهش میزان سوء مصرف نسبت به خارج از زندان ها واضح است و آنچه مهم است، افزایش تزریق مشترک است. البته در این مطالعه هم کاهش چشمگیر سوء مصرف کلی مواد افیونی از ۵۴/۳ درصد به ۳۰/۷ درصد دیده می شود ($p = ۰/۰۰۱$).

۱. Bellis

گور^۱ و همکارانش در سال ۱۹۹۵ مطالعه ای را در کشور انگلستان انجام دادند که از کل زندان های مصاحبه شده ۱۶ درصد سوء مصرف مواد در زندان ها) به صورت تزریق (را تایید کردند و این در حالی است که از افرادی که قبلاً زندانی بوده اند ۵۹ درصد سوء مصرف مواد در زندان ها) به صورت تزریق (را تایید کردند. آنچه تفاوت موجود بین

سوء مصرف مواد مشاهده شده در مطالعات ما و مطالعات سایر کشورها را توجیه می کند، در نظر گرفتن ۳ نوع ماده به طور توأم در مطالعه ما و بررسی اختصاصی سوء مصرف مواد به شکل تزریقی در سایر کشورها است.

محدودیت ها و پیشنهادات

این پژوهش با توجه به حساسیت موضوع پژوهش و انجام آن در فضای بسته و ویژه زندان ها با محدودیت هایی همچون حساسیت و اعتبار یافته ها، توجه کمتر به زندان های کوچکتر و دور دست، حجم و تعداد زیاد پرسش ها و پرسش نامه های حجیم و ضعف نظارت در یکی از زندان ها مواجه بود که لازم است در پژوهش های بعدی موردتوجه قرار گیرد.

طبق یافته های حاصل از این پژوهش، می توان پیشنهاد کرد که مشاوره و آموزش، راه های کاهش تقاضا و کاهش سوء مصرف مواد، کاهش آسیب درمان روانی و عصبی، درمان نگهدارنده معتادان و مصرف کنندگان و کاهش خطر بالای تزریق مشترک و هیپاتیت وایدز باید در اولویت برنامه های

1. Gore

بهداشتی، درمانی، امنیتی، آموزشی و پژوهشی قرار گیرد و با برنامه ای جامع، علمی و پژوهشی در بخش های کوتاه و بلند مدت و با ارزشیابی مستمر، به آن پرداخته شود.

همچنین انجام پژوهش های بنیادی و کاربردی در مورد روش های کاهش آسیب و استفاده از روش های تغییر رفتاری و گسترش بندهای مشاوره، پیشنهاد می شود.

همچنین به رغم انتظار، تفاوتی بین میزان شیوع سوء مصرف در بندهای مختلف مشاهده نشد. شاید لازم باشد در مطالعات آینده، متغیرهای مخدوش کننده دیگری در این زمینه در نظر گرفته شوند.

منابع فارسی:

۱) آقاصادقی، سعید. (۱۳۷۹). بررسی همه گیرشناسی اختلالات روانی در زندان های

استان اردبیل؛ پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم پزشکی ایران، انستیتو روان پزشکی تهران.

۲) اداره کل زندان های تهران، مرکز مدیریت بیمار یها، ۱۳۸۰، بیماری ایدز در ایران و جهان. در سال. ۱۳۷۹

۳) بهرامی، هادی. (۱۳۷۸). بررسی اختلالات روانی نزد زندانیان مرد و مقایسه آن با افراد عادی؛ فصلنامه اندیشه و رفتار، سال پنجم شماره ۱ و ۲.

۴) حیدریان، زهرا، (۱۳۶۶). بررسی گرایش بیمارگونه روانی و برخی ویژگی های اجتماعی در زنان معتاد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی ایران، انستیتو روان پزشکی تهران.

۵) دبیرخانه شورای برنامه ریزی و مدیریت بهداشت روان و اصلاح رفتار زندانیان (۱۳۸۰)، بازگشت سعادتمندانه، گزارش از مراحل مختلف اجرای طرح روان درمانی در زندان های کشور.

۶) شهری، غلامرضا (۱۳۷۹). همایش بین المللی علمی کاربردی، جنبه های مختلف سیاست جنایی در قبال مواد مخدر.

۷) صالح صدق پور، بهرام، کردرستمی (۱۳۷۷). بررسی رابطه جرایم مواد مخدر با سایر جرایم.

۸) عبدی، عباس (۱۳۷۱)، آسیب شناسی اجتماعی، تاثیر زندان ها بر زندانیان، موسسه

تحقیقاتی و انتشاراتی نور

۹) گزارش مرکز مطالعات اجتماعی اداره کل زندان های استان کرمان (۱۳۷۸).

۱۰) گزارش معاونت انتظامی سازمان زندان ها. (۱۳۸۱)

۱۱) محمدی، عطاء (۱) ... مترجم (۱۳۷۹) (، کاربرد روان شناسی در زندان ها. مرکز

آموزشی و پژوهشی سازمان زندان ها.

۱۲) مظاهری، پرویز، (۱۳۷۲)، بررسی اختلالات روانی در زندانیان مرد ندامتگاه مرکزی

تهران، پایان نامه دکترای تخصصی روان پزشکی،

۱۳) اسماعیلی، ایرج، (۱۳۷۹)، بررسی همه گیری اختلال روانی در میان مددجویان مرد

زندان های استان تهران دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، دانشکده

پزشکی.

۱۴) معاونت پیشگیری سازمان بهزیستی کشور و دفتر کنترل

موادمخدر سازمان ملل (UNDCP) (۱۳۷۸) ارزیابی سریع وضعیت سوءمصرف مواد

در ایران RSA

۱۵) مهرا، نسرین (مترجم) (۱۳۷۹)، چگونگی درمان و بازپروری مجرمان معتاد در حقوق

انگلستان. همایش بین المللی علمی کاربردی، جنبه های مختلف سیاست جنایی در قبال

مواد مخدر.

۱۶) میلانی، علیرضا (مترجم) (۱۳۷۹)، برخی از نتایج تحقیق جرم شناسی در مورد مجرمیت مرتبط با موادمخدر و موضوعات کلیدی در سیاست مربوط به موادمخدر و اجرای قانون در آلمان.

www.kandoocn.com

www.kandoocn.com

www.kandoocn.com

www.kandoocn.com

منابع انگلیسی

۱. Ault, A.L. (۱۹۹۹) . Nic receives fund to help reduce drugs in federal prisons. corrections today. Vol, ۶۱.
۲. Belli's , M.A. Weild , A.R. (۱۹۹۷) . Prevalence of HIV and injecting drug use in man intering Liverpool prison. British Medical Journal . Vol , ۳۱۵.
۳. Birchard, K. (۱۹۹۹) . Inmate In Irish prisons face drug abuse and disease . Lancet . vol, ۳۵۴.
۴. Bird, A.G.Gore, Sh. (۱۹۹۷). Harm reduction measures and injecting inside psison Versus mandatory drug testing results of a cross sectional anonymous questionair survey. British medical Journal, vol ۳۱۵.
۵. Bray, R.M. Marsden, M.E. (Eds.) . (۱۹۹۹). Drug use in Metropolitan America. SAGE pub.
۶. Cassle, E.Berstein, D.A.(۲۰۰۱). Criminal Behavior. Allyn and Bacon.
۷. Dark, S. Kaye, S . et al. (۱۹۹۸). Drug use and injecting risk-taking among prison methadone maintenance patients . Addiction. vol, ۹۳.

۸. Glass. I.B. (Ed.) ۱۹۹۱). The international Handbork of
Addication Behavior. Routlege.

www.kandooch.com

www.kandooch.com

www.kandooch.com

www.kandooch.com